

<https://doi.org/10.31891/PT-2025-4-6>

УДК 316.483:355.321:159.923

Владислав ВОЛОБУЄВ

доктор філософії з освітніх, педагогічних наук,
Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького

<https://orcid.org/0009-0002-7293-9175>

e-mail: volobuevvladislav@gmail.com

Валерій РАЙКО

доктор педагогічних наук, професор,
Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького

<https://orcid.org/0000-0003-2494-8472>

e-mail: valeriy_raiko050860@ukr.net

ІНФОРМАЦІЙНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОЇ ТА АФЕКТИВНОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ У ВЕЛИКИХ СПІЛЬНОТАХ

Статтю присвячено дослідженню феномену афективної поляризації великих соціальних груп населення в умовах інформаційної невизначеності. Наголошується, що аналіз ціннісно-афективної поляризації як у зарубіжних країнах, так і в Україні набуває особливої актуальності в контексті глобального ідеологічного та політичного протистояння сучасного нестабільного світу, наслідки якого можуть мати вкрай небезпечний характер для людства загалом. Така ситуація зумовлена стрімким розвитком новітніх інформаційних технологій, поширенням Інтернету та посиленням процесів глобалізації. У загальному розумінні ціннісно-афективна поляризація соціальної групи або населення будь-якої держави трактується як явище, що формується внаслідок розмежування поглядів, переконань, суджень, оцінок чи світоглядних позицій громадян на два протилежні ціннісні полюси з питань, які мають визначальне значення для відповідної соціальної спільноти.

Ключові слова: афективна поляризація; великі соціальні групи; інформаційна невизначеність; ціннісно-афективна поляризація; психологічний стан.

Vladyslav VOLOBUIEV, Valeriy RAYKO

Bohdan Khmelnytskyi National Academy of the State Border Guard Service of Ukraine

CONDITIONS OF THE INFORMATION UNCERTAINTY AND VALUE-AFFECTIVE POLARISATION OF THE LARGE SOCIAL GROUPS

The article deals with the analysis of the phenomenon of the affective polarisation of the large social groups of the population in the conditions of information uncertainty. In particular, it is noted that the study of the phenomenon of the value-affective polarisation both in the foreign countries and Ukraine is becoming increasingly relevant in the connection with the situation of the global ideological and political confrontation in today's turbulent world, which could lead to the extremely undesirable consequences for the whole humanity. It is connected with the emergence of the new information technologies, the Internet, and globalization processes. In the most general terms, the value-affective polarisation of a social group or population of any country can be defined as the phenomenon that arises in the process

of dividing the views, opinions, judgements, assessments or worldviews of citizens into the two opposing value poles on issues that are the most important to a particular social community.

The value-affective polarisation is one of the most important indicators of the stability or instability of a society. It is also a predictor of its psychological state in the future. The value-affective polarisation is a special socio-psychological phenomenon that occurs only in the democratic countries and depends largely on the mass media and means of mass communication, primarily the state television and relatively independent internet, as well as on the laws in force in the country. They can also reduce the level of such polarisation in the society if the special measures are taken to prevent it.

The behaviour of the most people in a society with value-affective polarisation is driven by their feelings of uncertainty, which are largely caused by the conflicting information they receive through the media and means of mass communication. In the unfavourable international situation that has developed in the recent years, such information is often extremely contradictory. In this case, under the conditions of uncertainty, the phenomena arise that cannot be adequately explained on the basis of the traditional ideas about rational human behaviour.

Keywords: affective polarisation; large social groups; information uncertainty; value-affective polarisation; psychological state.

Стаття надійшла до редакції / Received 12.09.2025

Прийнята до друку / Accepted 30.11.2025

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Одним із ключових викликів сучасної політичної психології є осмислення процесів формування глибоких ціннісно-емоційних розламів у межах великих соціальних спільнот. Актуалізація цієї проблематики зумовлена стрімким розвитком цифрових інформаційних технологій, поширенням мережевих комунікацій та посиленням глобалізаційних процесів. У найбільш узагальненому трактуванні ціннісно-афективна поляризація суспільства або окремої соціальної групи постає як соціально-психологічний феномен, що формується внаслідок різкого розмежування уявлень, переконань, оціночних суджень і світоглядних позицій громадян щодо принципово значущих для певної спільноти питань. Зароджуючись на рівні базових ціннісних орієнтацій і поступово посилюючись, такий процес здатний переходити у крайню, афективно забарвлену фазу, яку в американській політико-психологічній традиції позначають терміном «partisan animus» – партизанська ворожість, що відображає високий рівень агресивності та нетерпимості між поляризованими політичними угрупованнями [9]. Ціннісно-афективна поляризація розглядається як один із провідних індикаторів соціальної стійкості або, навпаки, дестабілізації суспільства і водночас виступає значущим прогностичним чинником його майбутнього психологічного стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Результати аналізу наукових джерел щодо зазначеного явища свідчать про те, що соціальні психологи приділяють особливу увагу категорії невизначеності, яка впродовж останніх років посіла одне з центральних місць у наукових дослідженнях з психології та суміжних галузей. Підкреслюється, що стан невизначеності в сучасному медійному середовищі, з яким індивід стикається практично постійно, зумовлюється не лише браком релевантної інформації, необхідної для адекватного розуміння подій або прийняття зважених рішень, але й надлишком суперечливих повідомлень, а також поширенням недостовірної чи навмисно спотвореної інформації.

Вивчення проблематики процесів поляризації суджень у соціальній психології має тривалу наукову традицію, що бере свій початок з 70-х років ХХ століття триває до сьогодні. Зазвичай витоки цього напрямку пов'язують із дослідженням так званого феномену «зсуву до ризику», вперше описаного Дж. Стоунером і згодом концептуально переосмисленого у працях С. Московіці та його наукової школи [21]. Під груповою поляризацією розуміють такий тип групової динаміки, за якої під час обговорення учасники не доходять компромісної, усередненої позиції, а, навпаки, схильні до консолідації у менші за чисельністю, але більш однорідні за переконаннями підгрупи, щосформовані на засадах спільності поглядів. Відтак протистояння соціальних груп, між якими відсутній спільний попередній досвід взаємодії, не може коректно інтерпретуватися як прояв поляризації.

На початкових етапах наукового осмислення це явище розглядали переважно як когнітивний процес і досліджували головним чином у штучно створених лабораторних умовах за участю невеликих експериментальних груп. Поряд із поняттям «групова поляризація» у той самий період активно почали застосовувати й термін «групова екстремізація», який підкреслював зсув групових позицій у бік крайніх оцінок. Згодом у працях соціологів і політологів семантичні відмінності між цими двома поняттями втратили принципове значення, унаслідок чого категорія екстремізації поступово зникла з сучасного наукового обігу.

Водночас доцільно розмежовувати поляризацію суспільства як об'єктивний процес і як суб'єктивно переживаний соціально-психологічний стан. У межах досліджень цього феномену науковці звертають увагу на його багатовимірність і, залежно від сфери прояву, оперують такими поняттями, як «економічна», «соціальна»,

«політична», «ідеологічна», «класова» поляризація та іншими похідними категоріями [23].

Економічна поляризація, або поляризація за рівнем доходів, характеризується зростанням частки населення, зосередженого на протилежних фінансових полюсах, – з одного боку, осіб із низькими та вкрай низькими прибутками, а з іншого – груп із надзвичайно високими доходами. Ще у 80-х роках у наукових дослідженнях було зафіксовано суттєве посилення цього процесу в найбільших мегаполісах світу. Визначальним чинником таких змін стало стрімке зростання максимальних доходів управлінської еліти на тлі стагнації або зниження заробітків пересічних працівників і збільшення кількості осіб, рівень матеріального забезпечення яких опинився нижче межі прожиткового мінімуму [23].

У науковій літературі різні форми поляризації найчастіше розглядаються як потенційні джерела соціальної напруги та чинники дестабілізації як окремих груп, так і суспільства загалом, хоча окремі дослідники наголошують, що в певних межах такі процеси можуть мати і позитивний ефект, зокрема стимулювати економічний розвиток. Водночас між економічною диференціацією суспільства та ціннісно-афективною поляризацією не простежується прямий причинно-наслідковий зв'язок. Так, у дослідженнях Д. Н. Дракмана, С. Клар, Ю. Крупников, М. Левендаскі та Дж. Б. Райана показано, що афективна поляризація виявляється не лише у сфері політики, а й на рівні повсякденних практик, зокрема під час вибору місця роботи, відвідування торговельних центрів, придбання товарів широкого вжитку чи прийняття рішень щодо шлюбу та сімейних стосунків [7].

Результати численних досліджень, які були проведені у різних країнах засвідчують, що ціннісно-афективна поляризація становить специфічний соціально-психологічний феномен, формування якого притаманне передусім демократичним суспільствам і значною мірою зумовлюється функціонуванням засобів масової інформації та масової комунікації. Передусім ідеться про вплив державного телебачення, відносно автономного інтернет-простору, а також про роль правових норм, що діють у межах конкретної держави. Водночас саме ці інституційні чинники за наявності цілеспрямованих регулятивних і профілактичних заходів здатні стримувати або знижувати інтенсивність поляризаційних процесів у суспільстві.

Як наголошують М. Х. Грем і М. В. Сволік, посилення політичної поляризації має деструктивний вплив на демократичний устрій: зі зростанням ідеологічної дистанції між партіями виборці дедалі рідше звертають увагу на порушення кандидатами

демократичних норм і принципів [9]. При цьому в різних країнах світу поляризаційні процеси набувають неоднакових форм. Так, у Сполучених Штатах Америки переважно використовується поняття «афективна поляризація», яке розглядається як складова ширшої політичної поляризації та значною мірою зумовлюється домінуючим впливом двох провідних політичних партій на суспільне життя. Зміст цього явища полягає в посиленні негативних емоцій, ворожості й агресивних установок щодо політичних опонентів, а також щодо ідей і ціннісних орієнтацій, яких вони дотримуються. За таких умов об'єктивні форми суспільної диференціації – економічна, соціальна чи інша – не визначають безпосередньо політичні позиції індивідів; вирішальну роль відіграють психологічні установки, що формуються й закріплюються під впливом засобів масової інформації та засобів масової комунікації.

Формулювання цілей статті

Мета статті – аналіз феномену ціннісної та афективної поляризації у великих спільнотах в умовах інформаційної невизначеності.

Виклад основного матеріалу

У сучасних європейських суспільствах, за спостереженнями М. Вагнера та Л. Руссо, афективна поляризація набула рівня інтенсивності, співмірного з тим, що фіксується у Сполучених Штатах Америки. Особливо виразно цей процес проявляється в таких країнах, як Бельгія, Іспанія та Велика Британія [28], а також у Федеративній Республіці Німеччина [14]. Водночас ціннісні підґрунтя поляризаційних процесів істотно варіюють залежно від національного контексту. Так, у європейському просторі поляризація часто структурується за лінією протиставлення політичних орієнтацій мешканців «космополітичних міст» і «національно зорієнтованих периферійних територій» [2; 11]. У низці держав також виявляються поляризаційні поділи, детерміновані специфікою міжетнічних взаємин та історично сформованими національними традиціями [2; 3; 11].

Як підкреслюють Л. Бокселл, М. Генцков і Дж. М. Шапіро, на сучасному етапі психологічний аналіз політичного життя суспільства набуває особливої значущості, оскільки афективна поляризація тісно пов'язана зі способами інтерпретації соціальної реальності та сприйняття інших людей [3]. За цих умов у межах кожної поляризованої спільноти спостерігається висока узгодженість оцінок ключових подій і процесів, що відбуваються у світі, тоді як між різними поляризованими

групами фіксуються статистично значущі відмінності. Це створює методологічні передумови для отримання надійних і валідних результатів навіть на відносно невеликих вибірках, зокрема під час застосування методу фокус-групових дискусій. Водночас принциповою умовою таких досліджень є коректна ідентифікація респондентів із ціннісно поляризованими підгрупами, що забезпечується використанням спеціально розроблених процедур добору та відповідних психодіагностичних інструментів.

Емпіричні дані свідчать, що в українському суспільстві психологічні форми поляризації найчастіше фокусуються навколо ставлення до владних інституцій, а передусім – до вищого керівництва держави. У різні історичні періоди ці процеси набували як латентного характеру, так і відкрито конфронтаційних форм, що нерідко супроводжувалися масштабними соціальними збуреннями. Водночас у вітчизняному контексті не виявлено безпосереднього причинно-наслідкового зв'язку між економічною диференціацією населення та психологічною поляризацією. Полярно протилежні ціннісні орієнтації можуть бути властиві представникам різних вікових груп, статі, рівнів освіти, професійної належності, релігійних переконань, а також особам із відмінним рівнем як об'єктивного, так і суб'єктивно пережитого матеріального добробуту. За таких умов одним із ключових завдань державної політики є недопущення трансформації поляризаційних процесів у гострі соціальні конфлікти.

Загалом фахівці різних наукових напрямів сходяться на думці, що посилення поляризації створює підґрунтя для конфліктної ескалації, у зв'язку з чим динаміка цього явища потребує системного моніторингу в межах діяльності інституцій, відповідальних за формування та реалізацію соціальної політики, насамперед у сфері функціонування засобів масової інформації та масової комунікації. Сучасні дослідження поляризації великих соціальних груп засвідчують перехід до нового етапу теоретичного осмислення, коли узагальнення результатів численних емпіричних робіт сприяє формуванню відносно цілісної психологічної теорії цього феномену. Її ключовим положенням є розуміння того, що виникненню афективної поляризації закономірно передуює фаза ціннісного розмежування. Саме це відкриває можливість на основі аналізу темпів розвитку ціннісної поляризації у поєднанні з іншими значущими чинниками здійснювати прогнозування ймовірності переходу до афективно забарвлених форм поляризації.

Ціннісні орієнтації, сформовані на основі індивідуального життєвого досвіду, є одним із найуразливіших елементів масової свідомості щодо виникнення поляризованих оцінок і позицій. Саме у

площині цінностей найчастіше розгортаються протистояння між прихильниками різних політичних сил, між віруючими та атеїстами, а також між особами, які спираються на традиційні світоглядні установки й історично зумовлені норми, та тими, хто орієнтується на інноваційні або футуристичні ідеї. У цьому контексті Дж. Роговські зазначає, що за умов посиленої поляризації виборча поведінка дедалі більше ґрунтується не на раціональному аналізі, а на інтуїтивних рішеннях і вже наявних психологічних установках. Переживаючи стан когнітивного дисонансу, індивіди схильні приєднуватися до тієї групи, яка відстоює близькі їм за змістом переконання, а з метою зменшення відчуття невизначеності надають перевагу лідерові, що сприймається як більш сильний і впливовий [24].

У концепції С.Московісі аналіз групової поляризації здійснювався у тісному зв'язку з дослідженням так званої взаємодії «меншості – більшості». У межах такого підходу соціальна група постає як структурно неоднорідне утворення, що включає дві активні, ціннісно поляризовані підгрупи «меншості» та відносно пасивну, інертну «більшість». На думку С.Московісі, саме меншість вирізняється підвищеним рівнем активності, що надає їй значно ширші можливості впливу на інших членів групи й перетворює її на головного ініціатора соціальних трансформацій [20]. Водночас боротьба меншості за домінування та контроль у групі виявляється результативною лише за умови узгоджених дій, здатності враховувати когнітивні особливості більшості та орієнтуватися на її очікування й потреби.

У процесі розвитку групової динаміки представники більшості схильні підтримувати лише ту частину меншості, яка викликає в них довіру, формує відчуття захищеності, безпеки та надії на позитивні перспективи. Як підкреслює С.Московісі, для більшості нерідко виявляється несуттєвим питання дотримання меншістю моральних норм, за умови що її позиція відповідає інтересам більшості, оскільки масова свідомість значною мірою спирається не на раціонально-наукові аргументи, а на соціально зумовлені й повсякденні уявлення [26]. За ситуації невизначеності індивіди, прагнучи знизити інтенсивність пов'язаного з нею афекту, демонструють підвищену схильність до інгрупового фаворитизму, що супроводжується актуалізацією етнічних, патріотичних, націоналістичних та споріднених емоційно забарвлених почуттів.

Ціннісно-афективна поляризація сприяє становленню специфічних світоглядних конструкцій у кожній з конфронтуючих сторін, задаючи вибірковий і тенденційний спосіб інтерпретації соціальної реальності, що супроводжується зниженням критичності

мислення й переходом до ірраціональних оцінок подій, насамперед у сферах, пов'язаних із владою та морально-нормативними питаннями. За таких умов індивід, який ідентифікував себе з певною поляризованою підгрупою та публічно задекларував цю належність, украй рідко змінює власну позицію, оскільки, за спостереженнями С. Московісі, схильний радше посилювати переконаність у власній правоті, ніж переглядати вихідні установки.

Афективна поляризація, що нерідко супроводжується взаємними приниженнями та емоційно забарвленими конфліктами, істотно трансформує когнітивні процеси учасників протистояння, роблячи їх мислення дедалі менш раціональним. Порушене почуття гідності стає ґрунтом для виникнення когнітивних викривлень, унаслідок чого представники конфліктних підгруп, зокрема активної меншості, втрачають здатність адекватно сприймати інформацію, що не узгоджується з їхніми переконаннями та оцінками. Накопичення ірраціональних інтерпретацій породжує цілу низку психологічних ефектів, зумовлених когнітивними спотвореннями, які особливо посилюються за умов інформаційної невизначеності. Надалі учасники протистояння залучають до поляризаційної взаємодії нових членів із відносно нейтральної більшості, що фактично прискорює перехід від ціннісного розмежування групи до його афективно загостреної форми.

Чимало дослідників пояснюють зазначений феномен дією упередженості підтвердження (confirmation bias). Водночас аналіз схильності індивіда приймати інформацію, що відповідає його власним переконанням, і відкидати суперечливі дані не дає вичерпної відповіді на питання, чому саме за умов групової поляризації мислення людей набуває ірраціонального характеру. Для цього необхідні окремі спеціалізовані теоретичні та емпіричні дослідження. У цьому контексті особливого значення набуває роль так званих вищих соціальних емоцій (self-conscious emotions), за участю яких формуються стійкі психологічні установки, що значною мірою зумовлюють світогляд представників поляризованих спільнот і визначають особливості їхньої поведінки в ситуаціях політичного протистояння. До таких емоцій передусім відносять переживання сорому, гордості та почуття власної гідності.

На відміну від афективної форми, ціннісна поляризація виявляється переважно не у зовнішніх поведінкових реакціях, а у сфері свідомості та внутрішніх переконань індивідів. Проте в умовах загостреного протистояння, зокрема політичного, афективна поляризація змушує учасників не лише ідентифікувати себе з певною стороною конфлікту, а й відкрито задекларувати цю позицію публічно.

Відмова від раніше проголошених поглядів у таких ситуаціях трапляється вкрай рідко, особливо серед публічних осіб, адже визнання помилковості власної позиції зазвичай супроводжується критикою як з боку опонентів, так і з боку колишніх однодумців. Винятки можливі лише за особливих обставин, зокрема у випадках психологічного тиску, погроз, шантажу або за наявності суттєвих зовнішніх стимулів і вигод.

Афективна форма поляризації не є спонтанним або самодостатнім явищем, а зазвичай постає як похідний і найбільш деструктивний наслідок попереднього розшарування ціннісних орієнтацій. Інакше кажучи, спершу відбувається розмежування на рівні переконань і світоглядних установок, тоді як емоційно загострена поляризація з'являється пізніше і не обов'язково є її автоматичним продовженням. Такий розвиток подій можливий лише за умови, що негативні сценарії ескалації не були своєчасно усвідомлені й нейтралізовані за допомогою виважених і політично компетентних рішень [8].

За твердженням Т. Чайлд, Н. Масуд, М. Шабус і Ю. Чжоу, партійна ідентифікація має глибоке коріння у структурі соціальної ідентичності особистості. В умовах афективної поляризації самоототожнення з однією політичною силою, що протистойть іншій, спричиняє символічний поділ соціальної реальності на два взаємовиключні ціннісні табори. Це, у свою чергу, активізує механізми внутрішньогрупової прихильності та посилює негативні установки щодо зовнішньої групи, формуючи феномен «*partisan animus*». Подібні процеси додатково підживлюються публічними політичними дебатами та інформаційним впливом заангажованих засобів масової інформації [4].

У соціумах, де чітко простежується ціннісно-афективне розмежування, поведінкові реакції переважної частини населення значною мірою визначаються переживанням стану невизначеності. Цей психологічний стан формується насамперед під впливом суперечливих повідомлень, що надходять через засоби масової інформації та масової комунікації. В умовах ускладненої міжнародної обстановки, характерної для останніх років, інформаційні потоки набувають особливої фрагментарності й взаємовиключності. За таких обставин афект невизначеності породжує соціальні та психологічні явища, які важко інтерпретувати в межах класичних моделей раціональної поведінки людини.

Безсумнівно, будь-які збройні протистояння на глобальному рівні неминуче супроводжуються загостренням інформаційно-психологічної боротьби. У таких ситуаціях кожна зі сторін конфлікту

активно застосовує пропагандистські інструменти, спрямовуючи їх як проти зовнішнього опонента, так і на внутрішню аудиторію. Серед сучасних підходів до аналізу цих процесів найчастіше згадується модель пропаганди, розроблена Е. Германом і Н. Хомським [5]. Відповідно до цієї концепції, інформаційні повідомлення, що поширюються без прямої оплати з боку споживача, зазвичай не є нейтральними, оскільки їх виробництво та розповсюдження фінансуються структурами або окремими акторами, зацікавленими у формуванні певних інтерпретацій подій.

Водночас емпіричні дані свідчать, що саме пропагандистський вплив здатний зменшувати інтенсивність переживання невизначеності та послаблювати відчуття соціальної тривоги у широких верств населення. За рахунок цього суспільні системи зберігають відносну стійкість навіть за умов політичної нестабільності або кризових обставин. Відомо, що в ситуаціях інформаційних протистоянь одна зі сторін не відмовляється від використання пропаганди: вона однаково спрямовується як назовні, так і всередину країни. Однобічний характер пропагандистських стратегій фактично неможливий, адже відмова від них неминуче означає поразку не лише в інформаційному вимірі, а й у реальному політичному чи військовому протистоянні. За таких умов кожен із опонентів намагається мінімізувати рівень поляризації у власному суспільстві та водночас штучно загострити її за допомогою пропагандистських механізмів у країні супротивника [13; 17; 18].

У сучасних наукових дослідженнях поляризації використовується широкий спектр методологічних підходів – від масштабних соціологічних опитувань і аналізу великих масивів даних до застосування нейрофізіологічних методів, зокрема електроенцефалографії та функціональної магнітно-резонансної томографії. У Сполучених Штатах апаратурні технології активно залучаються до вивчення політичної поляризації, що дозволило виявити низку стійких закономірностей у поведінці представників різних афективно поляризованих політичних груп [6]. Зокрема, було показано, що прихильники ліберальних і консервативних поглядів відрізняються не лише за стилями мислення, але й за нейроанатомічними характеристиками мозку: у лібералів зафіксовано більший обсяг сірої речовини в передній поясній корі, тоді як у консерваторів – у мигдалеподібному тілі. Попри зовнішню парадоксальність таких результатів, дослідники наголошують, що відмінності у нейрофізіологічних параметрах, які лежать в основі психологічних особливостей, можуть впливати на схильність людей підтримувати певні політичні сили [12; 15]. Крім того, встановлено, що консервативно

налаштовані індивіди більш чутливі до загроз, тоді як ліберали гостріше реагують на ситуації когнітивного протиріччя [22; 1].

З огляду на низку об'єктивних і суб'єктивних чинників емпіричне вивчення ціннісно-афективної поляризації пов'язане зі значними методологічними труднощами. Досить часто люди уникають відкритого висловлення власних позицій з ключових питань політичного життя, остерігаючись можливих санкцій або репресивного тиску з боку владних і силових структур. Крім того, у багатьох випадках самі громадяни не мають чітко сформованої позиції або вагаються щодо того, яку саме точку зору їм варто зайняти стосовно політичних чи соціальних проблем. Оскільки використання апаратурних методів для аналізу поляризації в умовах реальної групової взаємодії є вкрай складним, значна частина дослідників звертається до підходів, що ґрунтуються на виявленні імпліцитних політичних установок. Такі методики є принципово важливими не лише для аналізу механізмів формування поляризації у групах, але й для організації фокус-групових досліджень з тематики, пов'язаної з ціннісно-афективним розмежуванням, оскільки вони забезпечують більш точний добір учасників.

Висновки з даного дослідження

і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Проблематика ціннісно-афективної поляризації соціуму, як у зарубіжному науковому дискурсі, так і в українському контексті, набуває дедалі більшої значущості на тлі загострення глобальних ідеологічних і політичних протистоянь, характерних для сучасного нестабільного світу, наслідки яких потенційно можуть мати руйнівний характер для людства загалом. М. Вагнер і Л. Руссо наголошують, що системне осмислення афективної поляризації сьогодні є одним із ключових викликів для науки, оскільки знання про її витоки, механізми функціонування та довгострокові наслідки залишаються фрагментарними. На їхню думку, однією з причин недостатньої розробленості цієї проблеми є обмежені можливості дослідників для швидкого та ефективного обміну науковою інформацією. У зв'язку з цим автори закликають наукову спільноту, передусім фахівців у галузі соціальних наук, до активнішого залучення в міжнародні міждисциплінарні проекти [27].

Водночас слід зауважити, що, попри беззаперечну актуальність феномену ціннісно-афективної поляризації для українського суспільства, ця тематика поки що не займає належного місця у фокусі уваги вітчизняних дослідників, зокрема соціальних психологів. Разом із

тим існують підстави очікувати, що розроблення адекватної теоретико-методологічної бази, а також створення надійних інструментів емпіричного аналізу сприятиме не лише поглибленому науковому розумінню даного явища, а й формуванню практичних підходів до управління процесами поляризації. Це є особливо важливим з огляду на те, що ціннісне розшарування суспільства може проявлятися як у відкрито афективних, так і в прихованих формах, створюючи передумови для соціальної дестабілізації.

Література

1. Amodio, D. M., Jost, J. T., Master, S. L., Yee, C. M. (2007). Neurocognitive correlates of liberalism and conservatism. *Nature Neuroscience*. Vol. 10, 1246-1247. <https://doi.org/10.1038/nn1979>
2. Bishop, B., Cushing, R. (2008). The big sort: Migration, community, and politics in the United States of 'those people' / R.A. Teixeira (Ed.). // Red, blue and purple America: The future of election demographics. Washington: Brookings Institution, 50-75.
3. Boxell, L., Gentzkow, M., Shapiro, J. M. (2020). Cross-Country Trends in Affective Polarization. *NBER Working Paper*. January, New26669. URL: <https://ssrn.com/abstract=3522318>
4. Child, T., Massoud, N., Schabus, M., Zhou, Y. (2021). Surprise Election for Trump Connections. *Journal of Financial Economics*, Vol. 140, Iss. 2, 676-697. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.12.004>
5. Chomsky, N., Herman, E. S. (2003). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. NY.: Knopf Publishing Group. 582 p.
6. Converse, P. E. (2006). The nature of belief systems in mass publics (1964). *Critical Review*, Vol. 8, Issue 1-3, 1-74. <https://doi.org/10.1080/08913810608443650>
7. Druckman, J. N., Klar, S., Krupnikov, Y., Levendusky, M., Ryan, J. B. (2021). Affective polarization, local contexts and public opinion in America. *Nature Human Behaviour*, Vol. 5, 28-38.
8. Goren, P. (2005). Party Identification and Core Political Values. *American Journal of Political Science*, Vol. 49(4), 882-897.
9. Graham, M. H., Svoboda, M. W. (2020). Democracy in America? Partisanship, Polarization, and the Robustness of Support for Democracy in the United States. *American Political Science Review*, Vol. 114, Issue 2, 392-409. <https://doi.org/10.1017/S0003055420000052>
10. Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., Westwood, S. (2019). The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, Vol. 22(1), 129-146.
11. Johnston, R., Manley, D., Jones, K. (2016). Spatial Polarization of Presidential Voting in the United States, 1992-2012: The "Big Sort" Revisited. *Annals of the American Association of Geographers*, Vol. 106, Issue 5, 1047-1062. <https://doi.org/10.1080/24694452.2016.1191991>
12. Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, Vol. 129(3), 339-375. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.3.339>
13. Jowett, G. S., O'Donnell, V. (2012). Propaganda & Persuasion. London: Sage Publications. 425 p.
14. Jungkunz, S. (2021). Political Polarization During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Political Science*, 04 March. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.622512>

15. Kam, C. D., Simas, E. N. (2010). Risk orientations and policy frames. *The Journal of Politics*, Vol. 72, Issue 2, 381-396. <https://doi.org/10.1017/S0022381609990806>
16. Lane, K. A., Banaji, M. R., Nosek, B. A., Greenwald, A. G. (2007). Understanding and using the Implicit Association Test: IV. What we know (so far) // *Implicit Measures of Attitudes* / B. Wittenbrink and N. Schwarz (eds.). New York: Guilford, 59-102.
17. Lasswell, H. D. (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, Vol. 21, 3, 627-631.
18. Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company. 233 p.
19. Miller, R. G. (1966). *Simultaneous Statistical Inference*. Springer. 315 p.
20. Moscovici, S., Lage, E., Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, Vol. 32, 4, 365-380.
21. Moscovici, S., Zavalloni, M. (1969). The group as a polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 12, 2, 125-135.
22. Oxley, D. R., Smith, K. B., Alford, J. R., Hibbing, M. V., Miller, J. L. et al. (2008). Political attitudes vary with physiological traits. *Science*, Vol. 321, 1667-1670. <https://doi.org/10.1126/science.1157627>
23. Pratschke, J., Morlicchio, E. (2012). Social Polarisation, the Labour Market and Economic Restructuring in Europe: An Urban Perspective. *Urban Studies*, Vol. 49, Issue 9, 1891-1907. <https://doi.org/10.1177/0042098012444885>
24. Rogowski, J. C. (2018). Voter Decision-Making with Polarized Choices. *British Journal of Political Science*, January, Vol. 48, Issue 1, 1-22.
25. Stoet, G. (2017). PsyToolkit: A Novel Web-Based Method for Running Online Questionnaires and Reaction-Time Experiments. *Teaching of Psychology*, Vol. 44, 24-31.
26. Van, S., Lyn, M. (2009). Extreme members and group polarization. *Social Influence*, Vol. 4(3), 185-199.
27. Wagner, M., Russo, L. (2021). Affective Polarization Around the World: Measurement, Causes and Consequences. URL: <https://ecpr.eu/Events/Event/PanelDetails/10463>
28. Westwood, S. J., Iyengar, S., Walgrave, S., Leonisio, R., Miller, L., Strijbis, O. (2018). The Tie that Divides: Cross-National Evidence of the Primacy of Partyism. *European Journal of Political Research*, Vol. 57(2), 333-354.