

## ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.4.01

### Правильная ссылка на статью:

Чернозуб О. Л. Электоральное прогнозирование на основе данных о намерениях: пределы точности конвенциональной модели и перспективы ее развития на основе учета эмоциональных факторов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 4. С. 4—24. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.01>.

### For citation:

Chernozub O. L. (2018) Intention-based electoral forecasting: limits of accuracy of conventional model and its development perspectives with regard to emotional factors. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 4—24. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.01>.



О. Л. Чернозуб

### ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ О НАМЕРЕНИЯХ: ПРЕДЕЛЫ ТОЧНОСТИ КОНВЕНЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ УЧЕТА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ

ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ О НАМЕРЕНИЯХ: ПРЕДЕЛЫ ТОЧНОСТИ КОНВЕНЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ УЧЕТА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ

INTENTION-BASED ELECTORAL FORECASTING: LIMITS OF ACCURACY OF CONVENTIONAL MODEL AND ITS DEVELOPMENT PERSPECTIVES WITH REGARD TO EMOTIONAL FACTORS

ЧЕРНОЗУБ Олег Леонидович — ведущий эксперт-консультант, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия.  
E-MAIL: [chernozub\\_o@wciom.com](mailto:chernozub_o@wciom.com)  
ORCID: 0000-0001-5689-8719

Oleg L. CHERNOZUB<sup>1</sup> — leading consulting expert  
E-MAIL: [chernozub\\_o@wciom.com](mailto:chernozub_o@wciom.com)  
ORCID: 0000-0001-5689-8719

<sup>1</sup> Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Moscow, Russia

**Аннотация.** В течение последних лет отмечается явление спорадических сбоев в работе конвенциональной модели электорального прогнозирования. Природа этих сбоев остается неясной, а отраслевые исследования, проведенные по фактам наиболее одиозных ошибок, сосредотачивают свое внимание на традиционном круге вопросов, связанных с точностью измерения (выборка, проблема социально одобряемых ответов и т. п.) В настоящей статье рассматривается модель, объясняющая происхождение подобных ошибок отказом конвенциональных методов прогнозирования от учета эмоциональных факторов электорального поведения. На эмпирическом материале выборов в Государственную думу 2016 г. и выборов президента РФ 2018 г. проверяются приложимость к электоральному поведению теории согласованности установки М. Розенберга и влияние на точность прогноза введения дополнительного фильтра — аффективного отношения избирателя к различным кандидатам. Результаты рассмотрения эмпирических данных показывают, что рассогласованность установки по отношению к различным электоральным альтернативам — надежно регистрируемое рядовое явление. На этом фоне дополнение прогнозной модели фактором аффективного отношения к кандидатам позволяет устойчиво повышать точность прогноза результатов выборов. В полном соответствии с предложенной моделью такое явление в большей мере наблюдается для случая большей политической неопределенности и относительной рассогласованности установок (2016 г.) и в меньшей — для случая меньшей политической неопределенности и отно-

**Abstract.** Over the recent years there have been disruptions of the functioning of the conventional model of electoral forecasting. The reason for the disruptions remains unclear, and field-specific studies following the most dramatic mistakes are focused on common accuracy-related issues (samples' bias, socially desirable responding, etc.). The present article argues that inaccuracy take place as the conventional model fails to take into account emotional factors of voting behavior. Using empirical evidence of the 2016 State Duma and the 2018 presidential elections the author examines the applicability of Rosenberg's consistency theory to the voting behavior and the influence of an additional filter (affective attitudes of voters towards candidates) on the accuracy of the results. The findings suggest that mismatching attitude towards different electoral alternatives is well fixed and regular. In this respect, adding the factor of affective attitudes as an additional filter in the forecasting model can continuously increase the forecasting accuracy. In full accordance with the proposed model, this phenomenon is well observed in the case of higher political uncertainty and a relative mismatch in attitudes (2016) and least observed in the case of lower political uncertainty and a relative attitude-behavior consistency (2018). The importance of the problem formulated by the author arises from a high probability of significant political uncertainty in the 2021 and 2024 elections. In terms of theory and methodology, the obtained results raise a question about possible improvements essential for the conventional forecasting model.

сительной согласованности установок (2018 г.) Актуальность предложенной постановки проблемы обуславливается высокой вероятностью значительной политической неопределенности выборов 2021 и 2024 гг. В теоретико-методологическом плане полученные результаты ставят вопрос о необходимости и возможности кардинального улучшения конвенциональной модели прогнозирования.

**Ключевые слова:** электоральное поведение, электоральное прогнозирование, теория обоснованного действия, теория запланированного поведения, теория установки, согласованность установки, структурная теория изменения установки, графический ассоциативный тест отношения, ГАТО

**Keywords:** electoral behavior, electoral forecasting, theory of reasoned action, theory of planned behavior, theory of attitude, attitude consistency, structural theory of attitude change, visual association test of attitude

## **Модель возникновения ошибок прогноза в условиях рассогласованности компонент электоральной установки**

### *Постановка проблемы*

Ранее отмечалось [Чернозуб, 2017, 2018], что конвенциональная модель прогнозирования электорального поведения фокусируется на выявлении когнитивно-мотивированных намерений избирателей, пренебрегая аффективными аспектами их отношения к электоральным альтернативам. Подобная модель в принципе не ставит перед собой вопроса, что происходит с поведением человека, если объект привлекателен для него на рассудочном уровне, и непривлекателен на чувственном, или наоборот? Как будет голосовать избиратель, если «умом он понимает», что надо бы голосовать за данного кандидата, но «душа к нему не лежит».

С точки зрения практических задач прогнозирования электорального поведения недостаточность измерения рационально обосновываемых «намерений» проиллюстрирована на рисунках 1 и 2.

Представленная на рисунках 1 и 2 модель демонстрирует механизм возникновения ошибок прогнозирования и объясняет их спорадичность: ошибки прогнозирования появляются в ситуации, когда установка у большого числа избирателей рассогласована (Brexit, Трамп и т. п.). Ее преимущества видятся в следующем:

1) преодолевается фундаментальное ограничение модели ТОД/ТЗП, включая эмоциональные факторы поведения;

2) открывается возможность убедительно интерпретировать эмпирически обнаруживаемые рассогласования между оценками, формируемыми рассудком и чувственно;

3) предложенная интерпретация хорошо согласуется с современной теорией установки и находит в ней хорошо проработанную теоретико-методологическую опору.

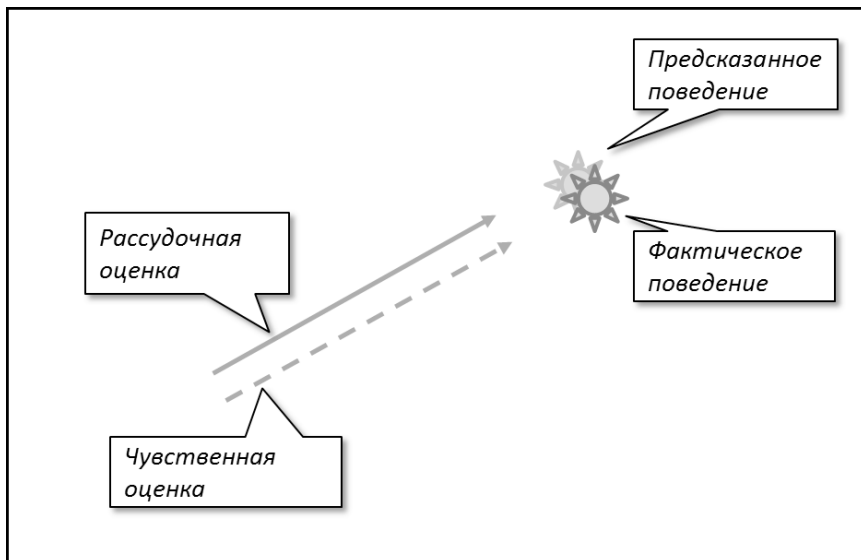


Рис. 1. Модель возникновения неточности прогноза в ТОД/ТЗП: рассудочная и чувственная оценки практически совпадают, неточность прогноза поведения незначительна и объясняется другими факторами

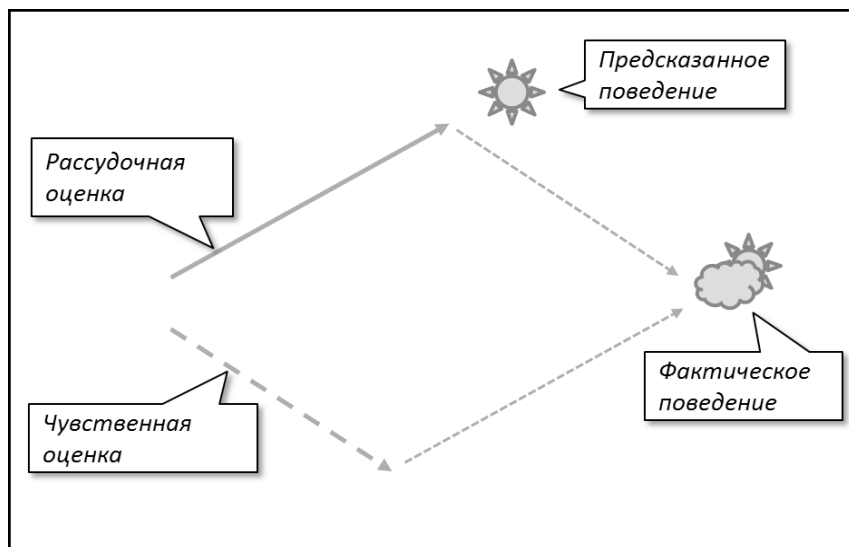


Рис. 2. Модель возникновения неточности прогноза в ТОД/ТЗП: рассудочная и чувственная оценки не совпадают, прогноз «неожиданно» оказывается неточным

### *Современная теория установки и ее согласованности*

В целом под установкой понимается реакция субъекта, образец которой сложился у него **зادолго до** момента воздействия внешних стимулов [Allport, 1935]. В настоящее время практически все исследователи с теми или иными оговорками принимают структурную модель установки, в обобщенном виде сформулированную в 1947 г. М. Смитом, который выделил в ней когнитивный, аффективный и поведенческий аспекты [Smith, 2003]. В 1960 г. схему взаимодействия компонентов установки с прямым указанием на ее валентность (векторность отношения) описал Д. Кац: «Установка есть предрасположенность индивида к оценке какого-либо объекта, его символа или аспекта мира индивида как положительного или отрицательного. Мнение является вербальным выражением установки, но установка может выражаться и в невербальном поведении. Установки включают как аффективный (чувство симпатии или антипатии), так и когнитивные элементы, которые отражают объект установки, его характеристики, его связи с другими объектами» [Katz, 1960: 197].

Подчеркнем, что сами по себе понятия «когнитивный» и «аффективный» компоненты установки не вполне определены. Под «когнитивным» в разных теоретических школах может пониматься весьма широкий круг явлений: от собственно рассудочной до познавательной деятельности как таковой. В последнем случае, например, может признаваться «когнитивной» поисковая деятельность простейших организмов, не обладающих не только высшей нервной деятельностью, но даже самой нервной тканью (см., например: [Bateson, 2017]).

В контексте возможной рассогласованности отношения к объекту установки под когнитивной компонентой будем понимать восприятие объекта установки и формирование к нему отношения посредством абстрактных понятий, т. е. на рассудочном уровне. Под аффективной компонентой будем понимать те же процессы, но протекающие на непонятийном, образном, чувственном уровне. Когнитивный компонент подразумевает выражение отношения к объекту установки в непосредственном действии.

В ситуации измерения компонентов установки на этапе прогнозирования поведения установка операционально оказывается неполной: на момент прогноза рассудочная и чувственные оценки уже присутствуют, а собственно действия еще нет. И именно это действие, когнитивную компоненту установки, как раз и предстоит прогнозировать.

Выполняя некие необходимые функции, эффективная установка должна включать в себя механизмы своего изменения, концептуализация которых производится, в частности, в **теории согласованности** установки, сфокусированной на проблематике соответствия установки и поведения. Авторы этого направления [Himmelfarb, Eagly, 1974; Kiesler, Collins, Miller, Daniel, 1969; O'Keefe, 1990] отмечают, что состояние явного несоответствия поведения человека его установке крайне некомфортно для психики, и потребность в устранении дискомфорта побуждает человека согласовывать установку и поведение. Ф. Хайдер [Heider, 1958] выделяет сбалансированные и разбалансированные состояния установки, отмечая, что первые устойчивы, а вторые неустойчивы. Поскольку субъект, как правило, стремится восстановить баланс между установкой и поведением, сбалансированное состояние является нормой

Важной для прогнозирования электорального поведения теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера [Festinger, 1957; Festinger, Carlsmith, 1959] исследуется рассогласование не между установкой и поведением, а между различными установками в рамках когнитивной сферы. Автор отмечает, что в ситуации «когнитивного диссонанса» психика для восстановления баланса может запускать процессы блокировки информации, увеличивающей когнитивный диссонанс.

*Трехкомпонентная модель факторов электорального поведения на основе теории установки Узнадзе и теории согласованности Розенберга*

Рассмотрение рациональных и эмоциональных компонент как предикторов поведения приводит нас в теоретическую область, исследующую установку не как отношение к объекту, а как готовность к действию, вырастающую как из этого отношения, так и из прочих сопутствующих факторов. В наиболее последовательном виде подобная интерпретация установки использовалась советской школой Д. Н. Узнадзе [Узнадзе, 1966; Надирашвили, 1974; Прангишвили, 1967]. оставаясь, при этом в рамках общепринятого понимания установки того времени (см., например: [Allport, 1935]).

Дискутируя со сторонниками направления «установка как отношение», ученики Д. Н. Узнадзе Т. Т. Иосебадзе и Т. Ш. Иосебадзе отмечают: «Понятие «установка» следует рассматривать **не как вообще отношение**, позицию к какому-либо предмету, явлению, человеку, **а как диспозицию — готовность к определенному поведению** в конкретной ситуации... наличия какого-либо **аттитюда недостаточно** для того, чтобы имело место соответствующее ему поведение в данной конкретной ситуации, тогда как в подобном случае **соответствующая установка непременно гарантирует свою реализацию (выделено. — О.Ч.)**» [Иосебадзе, Иосебадзе, 1985: 45—46]. Таким образом, Т. Т. Иосебадзе и Т. Ш. Иосебадзе определяют установку как «готовность к совершению определенной деятельности... Установка содержит... момент в виде общей проспективной **неразвернутой модели будущей деятельности**, своеобразно отражающей ее конечный результат **(выделено. — О.Ч.)**» [Иосебадзе, Иосебадзе, 1985: 37].

Подход школы Д. Н. Узнадзе акцентирует внимание на том, что любому действию индивида **с необходимостью** предшествует некоторая подготовка, которая может проходить как в явной, так и в скрытой форме. В общем виде фактическое, а не декларируемое намерение осуществить действие выражается в некоторых подготовительных процессах, которые протекают у субъекта установки и могут быть эмпирически зафиксированы. В частности, субъект установки пытается осмыслить объект установки, вырабатывает (актуализирует) эмоциональное отношение к нему, совершает необходимые подготовительные действия. Например, человек реально намеревающийся пойти на рыбалку, наводит справки о местах клева (когнитивный аспект), готовит снасти (конативный аспект), эмоционально настраивается на то, что утром придется рано вставать (аффективный аспект) и т. д. Если ничего подобного не происходит, то все декларации такого человека о намерении пойти на рыбалку могут и должны быть поставлены под сомнение. С другой стороны, у стороннего наблюдателя нет никакой необходимости напрямую выяснять у такого человека, куда он собрался. При наличии названных признаков это очевидно.

С точки зрения потребностей электорального прогнозирования и лежащих в его основе измерений установка Узнадзе позволяет обоснованно изменить предмет измерения с традиционного для современной практики выявления **характера отношения** к объекту установки на выявление **признаков подготовки к действиям** в отношении этого объекта<sup>1</sup>. Если в первом случае исследователь ставит перед собой вопрос: «намеревается ли респондент голосовать и за кого именно?», то во втором случае у него много вопросов: «есть ли признаки того, что респондент готовится идти на избирательный участок? что он действительно считает одного из кандидатов лучшим выбором? что он собирает о нем информацию или даже агитирует за него? что он относится к кандидату с настоящей, а не декларативной симпатией?» и т. д.

Важным признаком именно готовности к действию является согласованность компонент установки, в частности, отсутствие противоречий между рассудочным и чувственным отношением к объекту установки. Рассматриваемое нами допущение о взаимном несоответствии разных компонент установки, снижающем предсказуемость действия в отношении объекта установки, описывается теорией согласованности когнитивной и аффективной компонент установки М. Розенберга [Rosenberg, 1956; Rosenberg, 1960]. В дополнение к рассогласованности между установкой и поведением и между отдельными частными установками на рассудочном уровне данный автор вводит еще одно состояние разбалансированности установки, когда эмоциональное отношение к объекту установки оказывается несогласованным с рассудочным. Данная ситуация также дискомфортна для психики и стимулирует носителя установки стремиться устранить несоответствие. По мнению данного автора, когнитивная компонента в этом процессе оказывается ведущей: «приведение» аффективной компоненты к «стандарту», задаваемому когнитивной, более вероятно, чем обратный процесс.

Полагаем, что все признаки подготовки к действию могут быть представлены в трех плоскостях, отражающих три общепризнанные компоненты установки [Katz, 1960] (см. табл. 1).

Таблица 1. *Некоторые признаки готовности предпочесть одного из кандидатов*

Компонента	Возможные признаки готовности к будущему действию
Когнитивная: осознание желательности победы конкретного кандидата.	Один из кандидатов мотивированно считается более предпочтительным в качестве победителя данных выборов.
Аффективная: эмоциональное принятие конкретного кандидата.	К данному кандидату имеется выраженная симпатия, которая может как осознаваться, так и не осознаваться.
Конативная: фактические действия по поддержке конкретного кандидата.	Респондент поддерживает данного кандидата доступными средствами, например, рассказывает о нем в беседах с другими людьми.

<sup>1</sup> Пользуясь военной аналогией, можно сказать что «разведка» электорального прогнозиста переключается со вскрытия планов нападения противника на вскрытие признаков его подготовки.

Таким образом, вероятность осуществления определенного электорального выбора в предлагаемой теоретической модели представляется функцией от степени выраженности каждой из компонент установки, что означает опору на теорию интериоризации установки Г. Келмана [Kelman, 1958].

$$\text{Выбор}_i = F(A_i + B_i + C_i),$$

где  $A$  — степень субъективной желательности исхода выбора; <sub>$i$</sub>

$B$  — степень положительного баланса эмоционального отношения к выбору; <sub>$i$</sub>

$C$  — степень выраженности деятельностной подготовки к выбору. Саму же модель можно определить как *трехкомпонентную модель субъективной готовности к совершению действия*.

В этой модели некорректно видеть редукцию модели ТОД/ТЗП. Напротив, эта *трехкомпонентная модель субъективной готовности к совершению действия* в рамках своего предметного поля содержит все факторы ТОД/ТЗП. Например, высокий уровень эмоциональной симпатии молодого избирателя к радикальной партии может находить эквивалентом в ТОД/ТЗП мотив сделать в ней карьеру (фактор *поведенческих ожиданий* в ТОД/ТЗП) или желание произвести впечатление на сверстников (в ТОД/ТЗП — фактор *нормативных ожиданий*). Вполне вероятно, что все это будет одновременно активно стимулироваться уверенностью в том, что он принимает решения *самостоятельно и поступает правильно (ожидания контроля)*, тогда как при ближайшем рассмотрении уверенность окажется обусловленной возрастной гормональной спецификой. Как бы там ни было, в меру измерительной точности своих инструментов модель субъективной готовности к совершению действия регистрирует эмпирические проявления любого компонента ТОД/ТЗП или их сочетания. Во всяком случае, на данный момент не просматривается никаких теоретических предпосылок к обратному. А если окажется, что предлагаемая модель ближе к реальному поведению, чем самоотчет о намерениях, в исследовательской перспективе она имеет все шансы вместить в себя все достижения и теоретические ресурсы ТОД/ТЗП.

### **Явление рассогласованности компонент установки на электоральные объекты**

Мейнстримом современных электоральных исследований считается подход, когда наиболее вероятный электоральный выбор отождествляется с намерением избирателя (модель LVVI). Выявленные в ходе опроса данные о намерениях используются для прогнозирования результатов голосования и (что, возможно, даже более важно) для выявления факторов электоральных предпочтений. В последнем случае ответы избирателя на вопрос о том, за кого он собирается голосовать, сопоставляются с его ответами на вопрос о том, как он оценивает ситуацию в стране, какие решения властей он поддерживает, а какие нет, и т. д. На основе этих сопоставлений строятся изоэгрессивные модели того, что и как влияет на голосование избирателя. Точность подобных моделей сомнительна, если допущение о соответствии выявляемых в ходе опроса намерений фактическому голосованию неверно. То, что во многих случаях оно неверно, — эмпирический факт. В данной



статье мы представляем метод прогнозирования поведения избирателей без опоры на данные о *намерениях голосовать*. Метод опирается на теорию согласованности установки и, насколько можно судить по первым эмпирическим данным, приносит убедительные результаты.

#### *Эмпирическая проверка ортогональности компонент установки*

Гипотеза о самостоятельности рассудочного и чувственного отношений к объекту описывается теорией согласованности когнитивной и аффективной компонент установки М. Розенберга [Rosenberg, 1956: 53, 367—372; Rosenberg, 1960]. На ее основе был сформирован измерительный инструмент, нацеленный на выявление рассогласованности когнитивного и эмоционального компонент установки к объектам социально-политической жизни. Экспериментальная двухкомпонентная (2D) модель готовности к совершению электорального действия апробировалась на данных общероссийских опросов ВЦИОМ 2015 и 2016 гг.<sup>2</sup> Основное внимание было сосредоточено на выявлении эффектов от включения в конвенциональную (контрольную) модель LVVI аффективной компоненты установки<sup>3</sup>.

В обеих моделях — контрольной и экспериментальной — когнитивная компонента установки измерялась традиционными вопросами модели LVVI, поскольку они по определению предназначены измерять рациональное, или рационализированное (когнитивное), отношение к участникам выборов. Аффективная компонента измерялась при помощи Графического ассоциативного теста отношения (ГАТО). Когнитивная компонента постулировалась нейтральной. Эмпирические данные, полученные по обеим моделям, трансформировались в прогноз результатов выборов по методике электорального потенциала.

Сначала тестировалась гипотеза о самостоятельности когнитивной и аффективной компонент установки. Ее подтверждение означало бы наличие заметных групп избирателей, которые предпочитают кандидата рассудочно, отвергая аффективно, и наоборот. Далее проверялось, позволяет ли учет ортогональности компонент точнее прогнозировать поведение избирателей. Отсутствие ортогональности означало бы, что учет аффективной компоненты при прогнозировании поведения избыточен.

В таблице 2 представлена классификация респондентов по направленности рациональных и эмоциональных мотивов голосовать за партию «Единая Россия». Строки таблиц содержат распределения ответов на вопрос о намерениях голосовать, который в контрольной модели рассматривается как декларация о намерении, а в экспериментальной модели — как проекция когнитивной компоненты установки. Столбцы отражают итоги тестирования респондентов при помощи ГАТО.

<sup>2</sup> Многоступенчатая репрезентативная выборка для населения РФ 18+,  $N = 1600$ , максимальная ошибка = 3,5%. Личное интервью, опрос по месту жительства.

<sup>3</sup> Модель LVVI: Likelihood to vote: «Намереваетесь ли Вы голосовать?» Vote intention: «За кого Вы намереваетесь голосовать?» В соответствии с этой конвенциональной моделью прогноз результатов выборов предстает как оценка (часто с поправочными коэффициентами) вероятности того, что респондент сделает тот или иной электоральный выбор, скорректированная на вероятность его появления на избирательном участке. Данные, полученные таким образом для выборочной совокупности, в меру ее репрезентативности в дальнейшем генерализируются на всю совокупность избирателей.

Таблица 2. Двухкомпонентная модель факторов голосования за «Единую Россию» в 2016 г., %

Когнитивная компонента	Аффективная компонента			
	Симпатия	Нейтральны	Антипатия	Всего
Буду голосовать «за»	27,0	14,5	12,5	54,1
Буду голосовать «против»	17,5	13,7	14,8	45,9
Итого	44,5	28,2	27,3	100,0

Только около 40 % респондентов демонстрируют согласованную установку, то есть укладываются в прямолинейную логику электорального выбора: 27,0 % симпатизируют «Единой России» и при этом готовы за нее голосовать, а 14,8 % отвергают эту партию эмоционально и отказываются за нее голосовать. «Нелогично» ведут себя около трети опрошенных: 17,5 % не собираются голосовать за «Единую Россию», несмотря на испытываемую по отношению к ней симпатию, а 12,5 % утверждают, что будут за нее голосовать, несмотря на антипатию. В терминах модели М. Розенберга установку данной группы респондентов следует определить как рассогласованную. Эмоционально нейтральная группа распределилась примерно поровну. Аналогичной получилась структура распределения и в отношении В. Путина в 2015 г. (см. табл. 3).

Таблица 3. Двухкомпонентная модель факторов голосования за В. Путина в 2015 г., %

Когнитивная компонента	Аффективная компонента			
	Симпатия	Нейтральны	Антипатия	Всего
Буду голосовать «за»	46,3	21,4	22,1	89,9
Буду голосовать «против»	3,0	2,4	4,8	10,1
Итого	49,3	23,8	26,9	100,0

В данном случае, как и с «Единой Россией», рассогласованность также присутствует, хотя степень ее выраженности несколько слабее. Только 3 % избирателей заявили о готовности голосовать против, несмотря на симпатию к президенту. Обратную конфигурацию продемонстрировали 22,1 % избирателей: они декларировали поддержку В. Путину, испытывая к нему неприязнь. Таким образом, четверть респондентов показали рассогласованность установки.

Аналогичные результаты были получены в ходе президентской кампании в 2018 г. В ряде массовых опросов избирателей ВЦИОМ когнитивная (рассудочная) компонента установки операционализировалась вопросом «Кто из кандидатов наиболее полно выражает интересы таких людей, как Вы?»<sup>4</sup>. Аффективная компонента измерялась тестом ГАТО. В опросе, проведенном за одну неделю

<sup>4</sup> Допускался вариант ответа «Таких нет».

до дня голосования<sup>5</sup>, были получены следующие результаты о рассогласованности различных компонент установки (см. табл. 4).

Таблица 4. *Согласованность установки для трех кандидатов-лидеров в 2018 г., %*

Аффективная компонента	Когнитивная компонента		
	Грудинин Павел	Жириновский Владимир	Путин Владимир
Грудинин Павел	67,7 %	3,8 %	0,4 %
Жириновский Владимир	1,0 %	35,0 %	0,2 %
Путин Владимир	31,3 %	61,3 %	99,4 %
Всего	100 %	100 %	100 %

Если принять всех респондентов, выразивших положительную установку к соответствующему кандидату, за 100 %, получится, что с введением в анализ аффективной компоненты установка в отношении П. Грудинина может быть признана согласованной в 67,7 % случаев, в отношении В. Жириновского — в 35 %, а в отношении В. Путина — в 99,4 %. Очевидно, что наибольший отток голосов по нерассудочным мотивам происходит в пользу В. Путина; обратный отток крайне незначителен. Самым пострадавшим кандидатом оказался В. Жириновский: доля избирателей, чувственно его отвергающих среди тех, кто рассудочно признает его сильные стороны, максимальна.

Представленные данные за разные годы и о разных объектах позволяют предположить, что несовпадение векторов рассудочного и эмоционального отношения к рассмотренным объектам политического выбора является нормой. Оно присутствует даже в восприятии В. Путина, которое по всем предшествовавшим исследованиям ВЦИОМ было наиболее согласованным. Таким образом, нами продемонстрирована независимость когнитивной и аффективной компонент электоральной установки.

#### *Аналитический потенциал 2D-модели М. Розенберга*

Различение когнитивной и аффективной компонент электоральной установки содержит аналитический потенциал, что можно продемонстрировать на материале данных по В. Путину, где представлена классификация его электората по типу установки (см. табл. 5):

- комплексно мотивированные: обе компоненты положительны;
- рассудочно-мотивированные: когнитивная положительна, аффективная нейтральна;
- чувственно-мотивированные: аффективная положительна, когнитивная нейтральна;
- нейтральные: обе компоненты нейтральны;

<sup>5</sup> Личное интервью по месту жительства, выборка 1646 респондентов, репрезентативная для населения РФ 18+, максимальная ошибка выборки 3,2%. Все прочие представленные данные получены также в ходе этого исследования, если не указано иное.

- рассогласованная установка: одна компонента положительна, другая отрицательна;
- противники (комплексно демотивированные): обе компоненты отрицательны.

Таблица 5. Динамика согласованности установки к В. Путину (% от всех избирателей)

Основание для расчета	Комплексная	Рассудочная	Чувственная	Нейтральная	Рассогласованная	Противники
2015, все избиратели	46,3	21,4	3,0	2,4	22,1	4,8
2017, все избиратели	46,6	19,1	15,9	1,3	2,6	14,6
2017, активные избиратели	16,0	3,3	4,3	1,3	2,4	1,3

Примечание. Последняя строка таблицы (активные избиратели) приводится справочно, чтобы пояснить, почему данная поляризация не сказалась на результатах голосования: противники В. Путина не ходили на выборы.

Как видно из представленных в таблице 5 данных, величина группы «комплексной мотивации», чья установка находится в согласованном состоянии, за два сравниваемых года почти не претерпела изменений. Тот же вывод справедлив в отношении группы рассудочно-мотивированных и нейтральных избирателей. Но существенно выросла доля тех, кто с симпатией относится к В. Путину, но рассудочно едва ли в состоянии артикулировать, за что именно. Наконец, радикальные изменения произошли в среде противников В. Путина: резко сократилось количество носителей рассогласованной установки и значительно выросло число его последовательных неприятелей. Так что можно говорить о поляризации отношения к данному политическому деятелю: установка выкристаллизовалась, для всей совокупности избирателей РФ она стала более определенной<sup>6</sup>.

С точки зрения теории установки поляризацию можно проинтерпретировать как приведение установки в согласованное состояние. Наряду с этим общим выводом данные таблицы 7 позволяют сделать частный вывод, что согласованность установки, рассмотренная в динамике, может быть достаточно устойчивой в своем ядре и относительно изменчивой на периферии. Отметим также, что зарегистрированные изменения выглядят внутренне непротиворечивыми и легко интерпретируются, исходя из общего контекста предметной ситуации и логики развития объекта исследования.

Представленные данные свидетельствуют о том, что рассогласованность установки на электоральные объекты — рядовое явление, она достаточно надежно выявляется современными измерительными средствами. Данное обстоятельство, в свою очередь, позволяет рассматривать аффективную компоненту установки в качестве самостоятельного фактора непосредственно электорального поведения. Поэтому представляется целесообразным выявить и оценить эффекты включения в объяснительную модель аффективной установки как дополнительного фактора электорального прогноза.

<sup>6</sup> Последняя строка таблицы 5 (активные избиратели) приводится справочно, чтобы пояснить, почему данная поляризация не сказалась на результатах голосования: противники В. Путина не ходили на выборы.

## Повышение точности прогноза за счет введения аффективной компоненты

Гипотеза о возможности улучшения электорального прогноза за счет учета аффективных факторов электорального поведения проверялась на серии исследований ВЦИОМ 2015—2018 гг. В качестве контрольных выступали группы респондентов, выделенные с помощью ряда конвенциональных моделей. Экспериментальные модели отличались от контрольных только одной дополнительной переменной: аффективным отношением к кандидатам по результатам тестирования ГАТО.

*Прогнозирование: сравнительная точность, возникновение синергетического эффекта на материалах 2016 г.*

Экспериментальная модель тестировалась в опросе ВЦИОМ, проведенном в течение последних пяти дней перед выборами в Государственную думу 2016 г.<sup>7</sup>

В конвенциональных моделях *голосующими за партию* считались те, кто прямо декларировал соответствующее намерение, отвечая на вопрос «Если бы выборы были в ближайшее воскресенье, за какую партию Вы бы проголосовали?». Далее этот **вариант прогнозной модели** называется «Намерение». В более сложном варианте *голосующими за партию* считались те, кто декларировал соответствующее намерение и одновременно на вопрос об участии в голосовании отвечал «точно приму участие»; этот вариант именуется как «Намерение + Явка». Вариант, где намерение голосовать за партию подтверждается положительным ответом на проверочный вопрос «Это ваш окончательный выбор или он может измениться?», именуется «Намерение + Подтверждение». Соответственно, комбинированный вариант именуется «Намерение + Подтверждение + Явка». Результаты прогноза для четырех парламентских партий по всем вариантам конвенциональной модели представлены в таблице 6.

Таблица 6. *Результаты прогноза выборов в Госдуму 2016 г.: контрольные (конвенциональные) модели, %*

Партии	Намерение	Намерение + Явка (LVVI)	Намерение + Подтверждение	Намерение + Подтверждение + Явка	Факт
«Справедливая Россия»	8,3	9,7	10,2	7,7	6,2
ЛДПР	16,3	14,8	15,6	15,4	13,1
КПРФ	11,1	15,5	16,3	16,7	13,3
«Единая Россия»	39,6	46,1	48,5	54,1	54,2

Как видно из представленных в таблице 8 данных, точность прогноза различных вариантов модели для разных партий неодинакова. Для обобщенного описания точности модели был использован следующий алгоритм:

- для каждой партии и каждого варианта рассчитывалось отклонение прогнозного значения от фактического результата по итогам выборов;

<sup>7</sup> Многоступенчатая выборка, репрезентативная для населения РФ 18+, N=1080, максимальная ошибка 4,5%. Личное интервью, опрос по месту жительства.

- величина отклонения нормировалась соотношением с фактическим результатом и выражалась в процентах, где за 100% принят фактический результат конкретной партии;
- для каждого варианта модели рассчитывался средний модуль отклонений от фактического результата по совокупности четырех парламентских партий. Результаты применения алгоритма представлены в таблице 7.

Таблица 7. *Нормированные величины отклонений прогноза выборов в Госдуму 2016 г.: конвенциональные модели, п. п.*

Партии	Намерения	Намерение + Явка (LVVI)	Намерение + Подтверждение	Намерение + Подтверждение + Явка
«Справедливая Россия»	33,4	55,9	64,0	23,8
ЛДПР	24,0	12,6	18,7	17,2
КПРФ	-16,8	16,2	22,2	25,2
«Единая Россия»	-26,9	-14,9	-10,5	-0,2
Средний модуль отклонений	25,3	24,9	28,9	16,6

В экспериментальных моделях ко всем трем вариантам добавлялся фильтр «положительное или нейтральное эмоциональное отношение к партии». Таким образом, экспериментальная модель *голосующих за партию* отражала согласованную установку по М. Розенбергу.

Рассчитанные для экспериментальной модели данные прогноза и нормированных величин отклонений прогноза представлены в таблицах 8 и 9. Сопоставление моделей по качеству прогнозов приведено в таблице 10.

Таблица 8. *Результаты прогноза выборов в Госдуму 2016 г.: экспериментальные модели, %*

Партии	Намерения + Аффект	Намерение + Явка + Аффект	Намерение + Подтверждение + Аффект	Намерение + Подтверждение + Явка + Аффект	Факт
«Справедливая Россия»	7,1	8,5	5,5	6,9	6,2
ЛДПР	14,4	12,6	16,4	12,9	13,1
КПРФ	10,1	14,2	13,3	15,2	13,3
«Единая Россия»	35,3	40,8	48,5	48,3	54,2

Таблица 9. **Нормированные величины отклонений прогноза: экспериментальные модели на выборах в Госдуму 2016 г., п. п.**

Партии	Намерения + Аффект	Намерение + Явка + Аффект	Намерение + Подтверждение + Аффект	Намерение + Подтверждение + Явка + Аффект
«Справедливая Россия»	14,1	36,7	-11,6	11,1
ЛДПР	9,6	-4,1	24,8	-2,1
КПРФ	-24,3	6,4	-0,3	13,7
«Единая Россия»	-34,9	-24,7	-10,5	-10,8
Средний модуль отклонений	20,7	18,0	11,8	9,4

Таблица 10. **Сравнение величин средних нормированных отклонений для экспериментальных и контрольных прогнозных моделей на выборах в Госдуму 2016 г., п. п.**

Прогнозные модели	Намерение	Намерение + Явка (LVVI)	Намерение + Подтверждение	Намерение + Подтверждение + Явка
Конвенциональные	25,3	24,9	28,9	16,6
Экспериментальные (+ Аффект)	20,7	18,0	11,8	9,4
Улучшение прогноза	4,6	6,9	17,1	7,2

Представленные данные позволяют сделать следующий вывод: **дополнение эмоциональным фактором всех рассмотренных вариантов конвенциональной модели дает возможность заметно улучшить точность прогноза.**

Теперь перейдем к непосредственному рассмотрению эффективности двухкомпонентной модели установки по сравнению с конвенциональной моделью LVVI.

**Двухкомпонентная (2D) модель установки** была построена следующим образом. Когнитивная компонента установки в исследовании 2016 г. специально не измерялась, поскольку было принято допущение, что ее в согласованном состоянии отражает «подтвержденное намерение» («буду голосовать за данную партию, решение окончательное»), а аффективную компоненту (положительное или нейтральное отношение к данной партии) отражают данные теста ГАТО (вариант «Намерение + Подтверждение + Аффект»). Таким образом, **в рамках 2D-модели вывод о готовности голосовать за данную партию принимается при согласованности установки.**

Подчеркнем, что в сравнении с моделью LVVI в 2D-модели отсутствует фактор декларируемой готовности принять участие в голосовании («явка»), поскольку

в концепции «установка, как готовность к действию» нет необходимости опираться на субъективную оценку респондентом этой готовности. Если мы правильно выявили установки всей совокупности избирателей, то мы уже зафиксировали готовность действовать у тех, кто имеет такие установки, и неготовность у всех остальных. Если так, то в процессе голосования именно структура положительных установок по отношению к кандидатам на выборах воспроизведется в виде количества голосов, поданных за каждого из них.

В таблице 11 представлены данные об увеличении точности прогнозов по отдельным объектам прогнозирования (политическим партиям) в экспериментальной 2D-модели по сравнению с контрольной моделью LVVI.

Таблица 11. Величины улучшения прогноза при переходе от LVVI к 2D, в п. п.

Партии	Ко всем проголосовавшим	К результату партии
«Справедливая Россия»	2,8	44,4
ЛДПР	-1,6	-12,2
КПРФ	2,2	16,5
«Единая Россия»	2,4	4,4
В среднем для 4 партий	1,4	13,3

Представленные данные показывают, что для рассмотренной совокупности объектов прогноза применение 2D-модели оказалось эффективным в трех случаях из четырех: точность снизилась в прогнозе по ЛДПР и увеличилась в прогнозах по трем остальным партиям. Баланс улучшений/ухудшений прогноза в целом вышел положительным: +1,4 п. п. для всех голосовавших и 13,3 п. п. в среднем для одной партии (при соотношении величины улучшения прогноза с фактическим результатом, принятым за 100%).

#### *Использование двухкомпонентной модели установки на выборах 2018 г.*

На выборах 2018 г. методы оценки конвенциональной модели, дополненной результатами измерений аффективной компоненты, не претерпели изменений.

На первом этапе были построены и сопоставлены с фактическими результатами четыре варианта прогноза голосования избирателей на основе намерений: вариант 1 — «Намерение», вариант 2 — с дополнительным фильтром «Подтверждение», вариант 3 — с дополнительным фильтром «Явка» и, наконец, вариант 4 — с фильтрами «Явка + Подтверждение»).

На втором этапе к этим четырем вариантам добавлялся фильтр «Отсутствие негативной аффективной установки к кандидату декларируемой поддержки». Полученные результаты сопоставлялись с результатами конвенциональных моделей и фактическими итогами голосования.

Для повышения валидности измерений аффективной компоненты в исследовании 2018 г. была введена дополнительная процедура: в ходе теста ГАТО респондентам предлагалось указать на фигуры, которые им «не нравятся», на которые «неприятно смотреть», которые «не хочется долго разглядывать» и т. п. Тем самым



участок негативных ассоциаций шкалы теста ГАТО был откалиброван индивидуально для каждого респондента. Модальное значение количества выборов при ответе на этот открытый вопрос (респонденты могли указать любое количество фигур) составило три фигуры. Также новацией 2018 г. стало увеличение до двух фигур, с которыми требовалось проассоциировать кандидата. Мы фиксировали неотрицательный (положительный или нейтральный) аффект к кандидату, если ни одна из двух фигур, с которыми его ассоциировал респондент, не попадала в число «не нравящихся» на индивидуально-диагностированном участке негативных ассоциаций.

В таблицах 12 и 13 представлены данные прогнозов, выполненные на основе контрольных (конвенциональных) и экспериментальных (дополненных аффективной компонентой) моделей.

Таблица 12. Прогноз президентских выборов в 2018 г.: конвенциональные модели, %

Кандидаты в президенты РФ	Намерение	Намерение + Подтверждение	Намерение + Явка	Намерение + Подтверждение + Явка	Факт
Путин Владимир	78,1	85,0	80,1	82,7	76,6
Грудинин Павел	8,9	6,7	8,5	5,3	11,1
Жириновский Владимир	8,6	7,1	5,7	11,3	5,7
Собчак Ксения	1,1	0,5	0,7	0,0	1,7
Явлинский Григорий	0,8	0,4	0,2	0,8	1,0
Титов Борис	0,6	0,0	0,5	0,0	0,7
Бабурин Сергей	0,2	0,2	0,1	0,0	0,6
Сурайкин Максим	0,6	0,1	0,3	0,0	0,6
Доля охвата	87,4	60,7	59,0	46,1	67,5

Таблица 13. Прогноз президентских выборов в 2018 г.: экспериментальные модели, %

Кандидаты в президенты РФ	Намерение + Аффект	Намерение + Подтверждение + Аффект	Намерение + Явка + Аффект	Намерение + Подтверждение + Явка + Аффект	Факт
Путин Владимир	80,6	88,3	78,3	71,2	76,6
Грудинин Павел	8,7	7,0	8,7	5,8	11,1
Жириновский Владимир	7,8	7,1	5,6	4,3	5,7
Собчак Ксения	0,9	0,3	0,4	0,1	1,7
Явлинский Григорий	0,9	0,3	0,3	0,1	1,0
Титов Борис	0,6	0,1	0,6	0,1	0,7
Бабурин Сергей	0,2	0,1	0,1	0,1	0,6
Сурайкин Максим	0,4	0,0	0,3	0,0	0,6
Доля охвата	64,0	46,2	43,0	36,5	67,5

Как и в 2016 г., для каждой из моделей рассчитывались отклонения прогноза от их фактического результата, только теперь расчеты делались по трем лидирующим кандидатам, чей пул собранных голосов превысил ошибку выборки.

Как и в 2016 г., значения отклонений нормировались соотношением с фактическим результатом кандидата, который брался за 100 %, после чего рассчитывались средние значения отклонений по модулю для каждого варианта моделей (см. табл. 14).

Таблица 14. Сравнение величин средних нормированных отклонений для экспериментальных и контрольных моделей прогноза президентских выборов 2018 г., п. п.

	Намерение	Намерение + Подтверждение	Намерение + Явка	Намерение + Подтверждение + Явка
<b>Конвенциональные модели</b>				
Грудинин Павел	19,5	39,7	23,0	52,5
Жириновский Владимир	-52,7	-25,2	-1,1	-99,3
Путин Владимир	-2,0	-11,0	-4,6	-8,0
<b>Экспериментальные модели</b>				
Грудинин Павел	21,2	36,8	21,5	47,9
Жириновский Владимир	-37,3	-26,2	1,7	24,8
Путин Владимир	-5,2	-15,3	-2,2	7,1
<b>Средние модули</b>				
Конвенциональных моделей	23,4	25,3	9,6	53,2
Экспериментальных моделей	21,3	26,1	8,5	26,6
Улучшение прогноза в экспериментальных моделях	2,1	-0,8	1,1	26,6

Дополнение конвенциональной модели фактором аффективной компоненты (как и в 2016 г.) приводит к улучшению прогноза за исключением варианта «Намерение + Подтверждение». Этот факт может интерпретироваться как указание на то, что эффект улучшения точности прогноза за счет введения в модель аффективной компоненты может быть неустойчивым. Однако нужно обратить внимание и на негативные моменты в поведении второго фактора — показателя «Подтверждение».

В 2016 г. фильтр «Подтверждение»<sup>8</sup> существенно повышал точность прогноза, а в 2018 г. проявился обратный эффект: введение фильтра «Подтверждение» ухудшало прогноз во всех моделях: среднее значение отклонений по модулю в модели «Намерение + Подтверждение» хуже, чем в модели «Намерение», а в модели «Намерение + Подтверждение + Явка» — намного хуже, чем в модели «Намерение + Явка». В результате, в отличие от данных 2016 г., в 2018 г. наиболее точный

<sup>8</sup> Напомним, что фильтр «Подтверждение» операционализировался вопросом «Вы уверены в своем выборе, или он может измениться?».

прогноз получен не в модели «Намерение + Подтверждение + Явка», а в модели «Намерение + Явка».

Это явление не позволяет однозначно трактовать ухудшение прогноза по экспериментальной модели как результат плохой работы аффективного фактора. Вполне возможно, что это ухудшение связано с какими-то проблемами в работе конвенционального индикатора «Подтверждение».

\*\*\*

Результаты экспериментов 2016 и 2018 гг. позволяют сделать следующий вывод: дополнение конвенциональной модели LVVI аффективной компонентой позволяет системно улучшать точность электорального прогноза, а учет аффективной компоненты дает более устойчивые результаты, чем широко использующийся в настоящее время фактор «Намерение + Подтверждение».

## **Заключение**

Полученные результаты позволяют предположить, что оценка исхода голосования, учитывающая аффективную и когнитивную компоненты, дает более точный прогноз, чем оценка по какой-то одной компоненте.

Вместе с тем представляется очевидным, что рассмотренные возможности улучшить конвенциональную модель электорального прогнозирования за счет включения в нее аффективной компоненты установки, а также за счет исключения из нее данных о намерениях имеют ограниченную ценность в тех случаях, когда:

- уровень рефлексии осмысления респондентами своих мотивов высок; в этих случаях в той части ответов о намерениях, которые даются искренне и четко, декларация вполне совпадает с действительными намерениями;
- отсутствуют или малозначимы предпосылки к сокрытию своих намерений: число неискренних ответов невелико и в целом не сказывается на результатах прогнозирования.

Однако когда действие названных факторов ослаблено, способность достаточно точно прогнозировать поведение избирателей, не опираясь на их декларативные заявления, может приобретать существенную значимость.

Имеет смысл принять во внимание, что рассмотренные в статье факторы в полной мере проявили себя в электоральной кампании 2018 г. В частности, признаваться в том, что голосуешь за действительно популярного национального лидера, не было зазорным, а оба других кандидата — В. Жириновский и П. Грудинин — воспринимались как представители системной оппозиции, голосование за которых не считалось социально неодобряемым. Кроме того, многие кандидаты были хорошо известными избирателям политическими фигурами, отношение к которым давно сформировалось и хорошоотрефлексировано. На этом фоне выдвижение таких кандидатов, как К. Собчак и П. Грудинин, логично интерпретировать как политтехнологический прием, нацеленный на разбалансирование всей системы электоральных установок с целью получить какие-то дополнительные выигрыши на отрезке времени, пока они будут возвращаться в согласованное состояние.

Однако будут ли эти факторы работать в предвыборной кампании 2021 г. и тем более — 2024 г.? Никто не знает.

## Список литературы (References)

Иосебадзе Т. Т., Иосебадзе Т. Ш. Проблема бессознательного и теория установки школы Узнадзе // Бессознательное. Природа, функции, методы исследования / под общ. ред. А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассина. Тбилиси : Мецниереба, 1985. Т. 4.

Iosebade T. T., Iosebade T. Sh. (1985) Problem of unconscious and theory of attitude of the Uznadze school. Tbilisi: Metsniereba. Vol. 4. (In Russ.)

Узнадзе Д. Н. Экспериментальные основы психологии установки. Тбилиси, 1961. Uznadze D. N. (1961) Experimental basis of the psychology of the attitude. Tbilisi. (In Russ.)

Узнадзе Д. Н. Психологические исследования. М., 1966. Uznadze D. N. (1966) Psychological research. Moscow. (In Russ.)

Надирашвили Ш. А. Понятие установки в общей и социальной психологии. Тбилиси, 1974.

Nadirashvili Sh. A. (1974) The concept of an attitude in general and social psychology. Tbilisi. (In Russ.)

Прангишвили А. С. Исследования по психологии установки. Тбилиси, 1967. Prangishvili A. S. (1967) Research on the psychology of the attitude. Tbilisi. (In Russ.)

Чернозуб О. Л. Выявление аффективной компоненты электоральной установки: создание и валидизация графического ассоциативного теста отношения // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 3—28. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.01>.

Chernozub O. L. (2018) Affective components of electoral behavior: design and validity of visual association test of attitude. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 3—28. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.01>. (In Russ.)

Чернозуб О. Л. К вопросу о локализации источников эрозии валидности современных электоральных исследований // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 31—48. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.03>.

Chernozub O. L. (2017) Detection of validity-related faults in the modern electoral studies. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 3—28. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.03>. (In Russ.)

Allport G. W. (1935) Attitudes. In: C. Murchison (ed). *Handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.

Bateson P. (2017) *Behaviour, Development and Evolution*. Cambridge: Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/OBP.0097>.

Carlsmith J. M. (1959) Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 58. P. 203—210.

Festinger L. (1957) *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row & Peterson.

Himmelfarb S., Eagly A. H. (1974) Orientations to the study of attitudes and their change. In: S. Himmelfarb, A. H. Eagly (Eds.). *Readings in attitude change*. New York: John Wiley & Sons. P. 2—49.

Katz D. (1960) The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 24. No. 2. P. 163—204. <https://doi.org/10.1086/266945>.

Kelman H. C. (1958) Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*. Vol. 2. No. 1. P. 51—60. <https://doi.org/10.1177/002200275800200106>.

Kiesler Ch.A., Collins B. E., Miller N. (1969) *Attitude Change. A Critical Analysis of Theoretical Approaches*. New York, N.Y.: John Wiley and Sons.

O'Keefe D.J. (1990) *Persuasion: Theory and Research*. SAGE Publications.

Rosenberg M.J. (1956) Cognitive structure and attitudinal affect. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 53. No. 3. P. 367—372. <http://dx.doi.org/10.1037/h0044579>.

Rosenberg M. J. (1960) An analysis of affective-cognitive consistency. In: M. J. Rosenberg, C. I. Hovland, W. J. McGuire, R. P. Abelson, J. W. Brehm (Eds.). *Attitude organization and change*. Yale University Press.

Smith M. B. (2003) *For a Significant Social Psychology: The Collected Writings of M. Brewster Smith*. New York: New York University Press.