



# МОДЕЛИ ВОСПРИЯТИЯ АМБИВАЛЕНТНОГО ДРУГОГО В УСЛОВИЯХ НЕГАТИВНОГО ПРЕ-СТИМУЛА

**БАЛЕВА М.В.**

*Пермский государственный национальный исследовательский университет (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)*

**ПОЛЯНИНА О.И.**

*Пермский государственный национальный исследовательский университет (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5009-2156>, e-mail: [helgapol72@gmail.com](mailto:helgapol72@gmail.com)*

В исследовании моделировались эффекты фрейминга пре-стимульной информацией на оценку целевого объекта в процессе самопрезентационного видеопрофильного интервью. В качестве пре-стимула предъявлялись нецелевые персонажи экстремально положительной и отрицательной личностной валентности. Строились две путевые модели: в первой (модель отношения) воспроизводилась структурная логика формирования аттитюда, а во второй (модель черт) — логика восприятия диспозиционных черт объекта. Выборку составили 394 студента в возрасте от 17 до 27 лет ( $M = 20,06$ ,  $SD = 1,24$ ). Обнаружено, что сдвиг в оценках целевого персонажа происходит по принципу контраста, однако данный эффект запускается только негативным пре-стимулом. В модели отношения первичной «мишенью» негативного пре-стимула является когнитивный компонент аттитюда. Незначительно меняясь в сторону улучшения, он вызывает лавинообразный позитивный сдвиг эмоционального и поведенческого компонентов. В модели черт негативный пре-стимул непосредственно влияет на оценку доброжелательности и экстраверсии, которые, в свою очередь, опосредуют оценки сознательности и открытости опыту. Полученные результаты могут использоваться для создания направленных перцептивных эффектов в процессе педагогического, медийного или терапевтического воздействия.

**Ключевые слова:** социальная перцепция, аттитюд, фрейминг, негативный и позитивный пре-стимул, Темная триада, Большая пятерка, черты личности, структурные модели, путевой анализ.

**Финансирование.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Минобрнауки Пермского края в рамках научного проекта № 20-413-590001.

**Благодарность.** Авторы благодарят за помощь в сборе данных для исследования исполнителя проекта Г.В. Ковалеву.

**Для цитаты:** Балева М.В., Полянина О.И. Модели восприятия амбивалентного Другого в условиях негативного пре-стимула // Экспериментальная психология. 2024. Том 17. № 2. С. 68—83. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2024170204>



# PERCEPTUAL MODELS OF AN AMBIVALENT OTHER UNDER CONDITIONS OF A NEGATIVE PRE-STIMULATION

**MILENA V. BALEVA**

*Perm State University, Perm, Russia*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)

**OLGA I. POLYANINA**

*Perm State University, Perm, Russia*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5009-2156>, e-mail: [helgapol72@gmail.com](mailto:helgapol72@gmail.com)

The effects of framing with pre-stimulus information on the target object assessment were simulated in the perception of self-presentation video interview. Non-target personages of extremely positive and negative personal valence were presented as pre-stimuli. Two path models were built: the first one (Attitude Model) reproduced the structural logic of the attitude formation, and the second one (Traits Model) – the logic of dispositional traits perception. The sample consisted of 394 students from 17 to 27 years old ( $M = 20.06$ ,  $SD = 1.24$ ). It was found that the shifts in the target object's scores were occurred according to the contrast effect, however, this effect was triggered only by the negative pre-stimulus. In the Attitude Model, the primary “target” of the negative pre-stimulus is the cognitive component of the attitude. Slightly changing towards growth, it caused an avalanche-like positive shift in the emotional and behavioral components. In the Traits Model, the shift in the perception of personality traits was also occurred according to the principle of contrast. Negative pre-stimulus had a direct impact on the perception of Agreeableness and Extraversion, which, in turn, mediated the perception of Conscientiousness and Openness to experience. The results obtained could be used to create directed perceptual effects in the process of pedagogical, media or therapeutic influence.

**Keywords:** social perception, attitude, framing, negative and positive pre-stimulus, Dark triad, Big five, personality traits, SEM, path analysis.

---

**Funding.** The research was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and Perm Krai, project number 20-413-590001.

**Acknowledgements.** The authors are grateful for assistance in data collection to G.V. Kovaleva.

**For citation:** Baleva M.V., Polyaniina O.I. Perceptual Models of an Ambivalent Other under Conditions of a Negative Pre-Stimulation. *Ekspierimental'naya psikhologiya = Experimental Psychology (Russia)*, 2024. Vol. 17, no. 2, pp. 68–83. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2024170204> (In Russ.).

## Введение

Исследования в области анализа аттитюдов и поведения целевой аудитории — будь то аудитория СМИ, общественных организаций, образовательных учреждений и т.п. — свидетельствуют о том, что новостной, образовательный и даже развлекательный контент доносится не только с целью оповестить, но и сформировать мнение, определенный взгляд на происходящие события [например: 15;40]. В этой связи особую актуальность приобретает проблема фрейминга, или определенной технологии подачи информационного материала. Фрейминг может быть достигнут за счет смещения пропорций, изменения фокуса восприятия, а также определенной последовательности предъявления информации. Как отмечает



D. Scheufele [39, p. 104], информационные фрагменты могут выполнять разные функции, выступая и как независимые, и как зависимые переменные. В настоящем исследовании предпринимается попытка смоделировать эффекты фрейминга пре-стимульной информацией в процессе экспериментально сконструированного самопрезентационного видеопроцесса и отследить специфику данных эффектов в отношении разных компонентов аттитюда и оценок диспозиционных черт целевого объекта.

**Фрейминг и его эффекты на разные компоненты аттитюда.** Понятие фрейминга впервые было описано И. Гофманом как индивидуальное ограничение при восприятии новой информации, обусловленное субъективной концепцией мира [22]. Важной особенностью и источником фрейминга изначально считалось автоматическое стремление человека сохранить привычный взгляд на мир или дополнить его минимумом необходимых изменений [10; 11]. В когнитивной психологии понятие фрейминга приобрело более широкий смысл. Его эффект проявляется в том, что даже слегка разные описания одной и той же реальности могут иметь неожиданно весомые последствия для восприятия и поведения [8].

Феномен аттитюда вызывает споры, как с точки зрения своей внутренней структуры, так и устойчивости к изменениям. Наименее спорное, но и наименее точное его определение принадлежит А.Н. Eagly и S. Chaiken [16], которые описывают его как континуальное отношение к объекту, отмеченное определенным уровнем благосклонности или недовольства. Сложность этой системы была отражена с помощью известной трехсторонней модели [38], описывающей когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты аттитюда. Несмотря на ее распространенность и актуальность на сегодняшний день [см.: 30], данная модель периодически подвергается критике и попыткам сведения аттитюда к одному-единственному, «главному» компоненту [32]. Однако большинство исследований демонстрируют недостаточность одномерного понимания аттитюда и сложность отношений между его компонентами [20; 33]. Одним из свидетельств упомянутой сложности является и специфическая подверженность аттитюда влиянию фрейминга [23; 29; 31]. С одной стороны, имеются данные о том, что эмоциональный компонент вторичен по отношению к когнитивному компоненту [24; 25]. С другой стороны, есть данные, что фрейминг оказывает параллельное влияние на все компоненты аттитюда [29]. Таким образом, вопрос о механизмах перестройки компонентов аттитюда в ответ на информационный фрейминг остается открытым.

**Эффекты фрейминга на восприятие личностных черт.** Аттитюд по отношению к отдельным людям обладает спецификой, связанной с восприятием их личностного профиля, образованного диспозиционными чертами. В целом, с точки зрения житейских представлений, черты более или менее легко классифицируются как «хорошие» (социально одобряемые, поддающиеся волевой регуляции) и «плохие» (социально неодобряемые, не поддающиеся волевому контролю) [14; 43]. В исследованиях показано, что праиминг<sup>1</sup> понятиями, связанными с «хорошими» или «плохими» чертами (например честностью или подлостью), сдвигает оценку амбивалентного поведенческого паттерна целевого объекта в направлении, соответствующем валентности пре-стимульного воздействия [18]. Вместе с

---

<sup>1</sup> Праиминг можно рассматривать как частный случай фрейминга. Его особенностью является предшествующее целевому стимулу (пре-стимульное) воздействие на субъекта, приводящее к неосознаваемой канализации его восприятия целевого объекта [например: 35, p. 627].



тем имеются данные о том, что пре-стимульное воздействие не всегда оказывает прямой эффект на восприятие целевого объекта [27].

**Ассимиляция и контраст как результаты пре-стимульного воздействия.** В исследованиях обнаружены неоднозначные результаты пре-стимульного воздействия на восприятие целевого объекта. С одной стороны, имеет место эффект ассимиляции, который проявляется в том, что оценки объекта сдвигаются в направлении, соответствующем прайминговой категории [17; 19; 45]. В то же время пре-стимульное воздействие может работать по принципу контраста, когда восприятие целевого объекта меняется в направлении, противоположном прайминговой категории [27; 36]. Объяснение противоположных эффектов пре-стимульного воздействия предлагает теория включения — исключения Н. Шварца и Г. Блесса [41]. Согласно данной теории, эффекты ассимиляции и контраста определяются типом воспринимаемого отношения между пре-стимульным и целевым объектами: чем в большей степени они автономны, не похожи друг на друга, тем более вероятен эффект контраста. Если же они легко объединяются в одну категорию, более вероятен эффект ассимиляции.

Целью настоящего исследования является моделирование процесса восприятия амбивалентной личности в условиях фрейминга пре-стимульным объектом экстремально положительной и экстремально отрицательной личностной валентности.

Для реализации этой цели строятся две перцептивные модели: (1) модель отношения и (2) модель черт. С помощью первой модели исследуется логика каузальных связей между компонентами аттитюда, а с помощью второй модели — логика каузальных связей между оценкой диспозиционных личностных черт целевого объекта.

Выдвигаются следующие *гипотезы*.

1. В ответ на пре-стимульное воздействие экстремально валентными объектами восприятие целевого объекта будет смещаться в соответствии с законом контраста, т.е. после негативного пре-стимула (экстремально «плохой» личности) целевой амбивалентный объект и его диспозиционные черты будут оцениваться более позитивно, а после позитивного пре-стимула (экстремально «хорошей» личности) — более негативно по сравнению с контрольной группой.

2. Опираясь на данные о разной доступности диспозиционных черт внешнему наблюдению [28], можно предположить, что оценки более доступных для наблюдения черт — экстраверсии и доброжелательности — будут опосредовать эффекты пре-стимульного воздействия на восприятие менее наблюдаемых черт — сознательности, открытости опыту и нейротизма.

Поскольку в исследованиях социальной перцепции имеются противоречивые данные о взаимной согласованности и взаимозависимости компонентов аттитюда, построение модели отношения будет осуществляться в логике эксплораторного анализа<sup>2</sup>. Соответственно, предварительная гипотеза о структуре данной модели не выдвигается.

## Метод

**Участники и процедура.** В исследовании приняли участие 608 студентов. В процессе построения моделей из выборки были исключены участники экспериментальной группы с

<sup>2</sup> Несмотря на применение конфирматорного анализа для построения моделей, полагаем, что процедура их построения в большей степени соответствует именно эксплораторному подходу. Подробнее о построении моделей см. в разделе «Метод».



позитивным пре-стимульным воздействием ( $n = 214$ ), поскольку значимые эффекты были обнаружены только в группе с негативным пре-стимулом. Итоговую выборку составили 394 студента в возрасте от 17 до 27 лет ( $M = 20,06$ ,  $SD = 1,24$ ), из них 94 мужчины (24%) и 300 женщин (76%). Все участники давали письменное согласие на обработку персональных данных и подтверждали добровольность своего участия. В качестве поощрения за участие студенты получали 10% дополнительных баллов по академическим курсам в рамках психологических дисциплин.

Исследование проводилось в режиме онлайн на платформе Anketolog (профессиональная версия). Было сформировано 3 варианта тестовых наборов, соответствующих двум вариантам пре-стимульного воздействия и контролю. Наборы были идентичны в части анкетных вопросов, личностных методик и параметров оценки целевого объекта.

На первом этапе участникам экспериментальных групп предъявлялась видеозапись интервью с экстремально позитивным или негативным пре-стимульным объектом, а затем — с целевым амбивалентным объектом. Участники контрольной группы сразу смотрели интервью с целевым объектом. Все видеозаписи предварялись инструкцией с установкой на последующее высказывание мнения об этом человеке. После просмотра каждого интервью респонденты заполняли Шкалу общего отношения к объекту восприятия [12], а после просмотра интервью с целевым объектом дополнительно характеризовали его как человека по тесту Большой пятерки [42].

**Стимульный материал.** В качестве стимульного и пре-стимульного материала использовались видеозаписи интервью со студентами, отвечавшими на вопросы Короткого опросника Темной триады [7]. С помощью составленных заранее сценариев ответов персонажи интервью представляли три личностных образа: негативный, позитивный и амбивалентный. Негативный образ был сконструирован за счет таких ответов, которые при подсчете по ключу получали бы максимальные баллы по макиавеллизму, нарциссизму и психопатии. Позитивный образ — за счет противоположных ответов. Амбивалентный — за счет попеременных ответов, свидетельствующих то о максимальной выраженности, то об отсутствии «темных» личностных черт. Каждый личностный образ (негативный, позитивный и амбивалентный) был представлен двумя вариантами — мужским и женским (их предъявление в группах было уравновешено). Роль персонажей интервью сыграли студенты 4-го курса, обучающиеся по специальности «Актерское искусство».

**Описание опросных методик.** *Короткий опросник Темной триады* [7] — использовался для создания самопрезентационного видеointerview. Он включал 27 утверждений, с которыми персонажам, в соответствии со сценарием, предлагалось уверенно согласиться / не согласиться (или затрудниться с ответом). В результате формировались личностные образы, соответствующие максимальной, минимальной и амбивалентной выраженности шкал Темной триады — макиавеллизма, нарциссизма и психопатии. *Шкала общего отношения к объекту восприятия* [12] — включала 15 вопросов, направленных на оценку когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношения к объекту. *Опросник «Большая пятерка-2», русская версия* [42] — включал описание 61 характеристики человека, каждую из которых нужно было оценить с точки зрения ее выраженности у целевого объекта. Баллы подсчитывались в соответствии с ключом для 5 показателей: экстраверсии, доброжелательности, добросовестности, нейротизма и открытости опыту.

**Анализ данных.** Данные диагностики были обработаны в программе SPSS AMOS. Строились две путевые модели. В первой воспроизводилась структурная логика формирова-



ния отношения к объекту, а во второй — логика восприятия его базовых личностных черт. В обеих моделях в качестве независимой (экзогенной) переменной в путевой анализ включался номинативный показатель пре-стимульного воздействия (1 — позитивный пре-стимул, 2 — контрольный уровень, 3 — негативный пре-стимул). В качестве зависимых (эндогенных) переменных в первую модель включались показатели когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношения к объекту, а во вторую — показатели оценки его личностных черт: экстраверсии, доброжелательности, добросовестности, нейротизма и открытости опыту. На первом шаге в обеих моделях каузально подобные пути были проведены от независимой к зависимым переменным в соответствии с гипотезами исследования. На втором и последующем шагах производилась корректировка моделей с учетом содержательной логики, а также статистических показателей: значимости оценок путей и величины индексов пригодности.

## Результаты

Описательная статистика эндогенных переменных моделей приводится в табл. 1.

Таблица 1

### Описательные статистики экзогенных переменных (N = 608)

Показатели оценки целевого амбивалентного объекта	M	SD	As	Ex
Когнитивный компонент отношения	3,11	0,76	-0,10	-0,31
Эмоциональный компонент отношения	3,26	0,84	-0,26	-0,48
Поведенческий компонент отношения	3,29	0,81	-0,17	-0,32
Экстраверсия	3,14	0,70	-0,29	-0,22
Доброжелательность	3,04	0,69	-0,08	-0,27
Сознательность—Добросовестность	2,99	0,63	-0,04	-0,33
Нейротизм	2,71	0,52	0,06	-0,03
Открытость опыту	2,93	0,63	-0,27	-0,17

Как видно из таблицы, показатели асимметрии и эксцесса для эндогенных переменных находились в пределах нормативных значений ( $As < 0,05$ ;  $Ex < 1$ ). Таким образом, характер распределения переменных можно считать близким к нормальному.

На первом этапе был проведен сравнительный анализ показателей оценки целевого амбивалентного объекта с помощью t-критерия Стьюдента. Его результаты свидетельствовали о том, что включение в путевые модели всех трех уровней экзогенной переменной (1 — позитивный пре-стимул, 2 — контрольный уровень, 3 — негативный пре-стимул) эмпирически не обосновано (табл. 2).

Таким образом, показатель позитивного пре-стимула, а вместе с ним и соответствующая экспериментальная группа ( $n = 214$ ), были исключены из дальнейших анализов. Данные первого этапа показали также, что в модели черт эффект негативного пре-стимула на экстраверсию будет, вероятно, отрицательным, а на нейротизм — незначимым или опосредованным.

На втором этапе строились путевые модели, в которые включались только два уровня экзогенной переменной (1 — контроль, 2 — негативный пре-стимул). В процессе анализа для обеих моделей проверялось предположение о нормальности распределения. Оно подтвердилось для модели отношения, но не подтвердилось для модели черт: критический коэф-



Таблица 2

**Сравнительный анализ показателей оценки целевого амбивалентного объекта  
после предъявления позитивного и негативного пре-стимула (N = 608)**

Показатели оценки целевого амбивалентного объекта	M (SD)		t	LeveneF	p
	КГ	ЭГ			
<i>После предъявления позитивного пре-стимула</i>					
Когнитивный компонент отношения	3,00 (0,75)	3,03 (0,73)	-0,51	0,09	0,769
Эмоциональный компонент отношения	3,14 (0,86)	3,16 (0,81)	-0,27	2,30	0,130
Поведенческий компонент отношения	3,22 (0,82)	3,18 (0,79)	0,51	0,79	0,374
Экстраверсия	3,08 (0,70)	3,18 (0,75)	-1,59	2,60	0,115
Доброжелательность	2,85 (0,64)	2,80 (0,60)	0,87	1,87	0,172
Сознательность—Добросовестность	3,02 (0,57)	2,96 (0,58)	1,02	0,10	0,751
Нейротизм	2,72 (0,54)	2,68 (0,48)	0,84	2,90	0,089
Открытость опыту	2,85 (0,60)	2,84 (0,62)	0,17	0,08	0,780
<i>После предъявления негативного пре-стимула</i>					
Когнитивный компонент отношения	3,00 (0,75)	3,32 (0,78)	-4,19**	0,36	0,548
Эмоциональный компонент отношения	3,14 (0,86)	3,50 (0,82)	-4,24**	1,57	0,211
Поведенческий компонент отношения	3,22 (0,82)	3,51 (0,79)	-3,60**	1,07	0,301
Экстраверсия	3,08 (0,70)	2,79 (0,65)	4,53**	2,02	0,164
Доброжелательность	2,85 (0,64)	3,51 (0,58)	-10,66**	2,46	0,117
Сознательность—Добросовестность	3,02 (0,57)	3,15 (0,69)	-2,05*	3,17	0,056
Нейротизм	2,72 (0,54)	2,76 (0,52)	-0,77	0,41	0,524
Открытость опыту	2,85 (0,60)	3,12 (0,64)	-4,41**	0,04	0,841

*Примечание.* КГ — контрольная группа (n = 202); ЭГ — экспериментальная группа (негативный пре-стимул: n = 192, позитивный пре-стимул: n = 214); «\*» — p < 0,05, \*\* p < 0,001.

фициент многомерного эксцесса превышал предельно допустимое значение ( $E_{\text{hm}} = 15,96$ ). С учетом размера выборки, который более чем в 20 раз превышает число оцениваемых в данной модели параметров, был изменен метод ее оценки: вместо наиболее робастного Maximum likelihood был использован метод Asymptotically distribution-free (условно свободный от распределения). Индексы пригодности и описательные характеристики итоговых моделей представлены в табл. 3.

Как видно из таблицы, индексы пригодности свидетельствовали о хорошем соответствии обеих моделей исходным данным.

Полученная модель *отношения* представлена на рис. 1.

В модели отношения каузально-подобный путь прошел от негативного пре-стимульного воздействия к единственному компоненту аттитюда — когнитивному. Несмотря на значимое влияние негативного пре-стимула на данный компонент (0,21), он обусловил только 4% его дисперсии. Однако этого влияния оказалось достаточно для получения значимых различий в когнитивных оценках амбивалентной личности ( $t = 4,19$ ,  $p < 0,001$ ). В свою очередь, когнитивный компонент оказал значимое влияние на формирование эмоционального отношения к объекту (0,84), объяснив большую часть его дисперсии — 71%. Поведенческий компонент аттитюда (готовность взаимодействовать с объектом) подвергся совместному влиянию когнитивного (0,39) и эмоционального (0,51) компонентов. В совокупности они объяснили 75% его дисперсии.



Таблица 3

**Описательные характеристики и индексы пригодности модели отношения  
и модели черт (N = 394)**

Описательные характеристики и индексы пригодности модели	Модель отношения	Модель черт	Нормативные значения при хорошей пригодности модели
Описательные характеристики			
N/T	49	24	≥ 20
Multivariate kurtosis c.r.	-1,21	15,96	≤  5
Индексы пригодности			
$\chi^2$	1,89	5,89	—
df	2	5	—
$\chi^2/df$	0,947	1,18	≤ 4
p	0,388	0,14	≥ 0,05
GFI	0,998	1,000	≥ 0,95
AGFI	0,988	1,000	≥ 0,95
CFI	1,000	0,997	≥ 0,95
RMSEA	0,001	0,021	≤ 0,05
PCLOSE	0,667	0,749	≥ 0,50

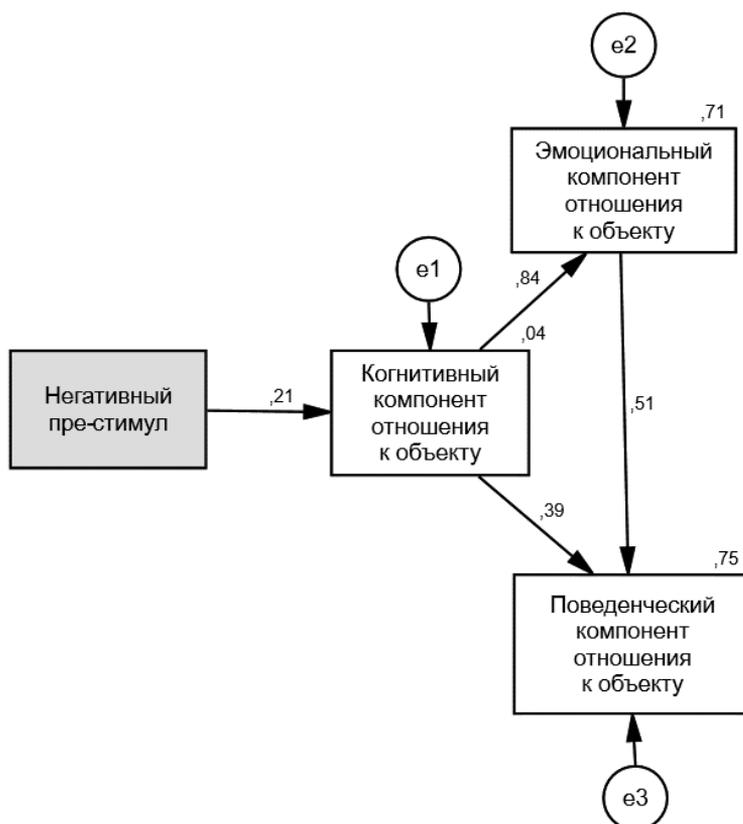


Рис. 1. Модель отношения

Примечание. Регрессионные коэффициенты стандартизованы и статистически значимы ( $p < 0,001$ )



Полученная модель черт представлена на рис. 2.

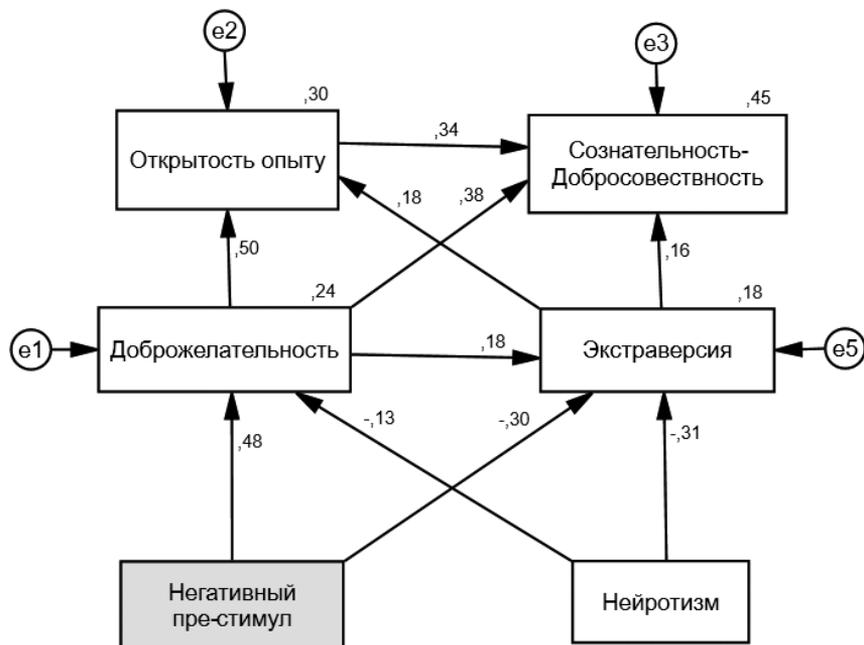


Рис. 2. Модель черт

*Примечание.* Все регрессионные коэффициенты стандартизованы и статистически значимы; для каузального пути «Нейротизм « Доброжелательность»  $p < 0,05$ , для остальных коэффициентов  $p < 0,001$

В модели черт каузально-подобные пути прошли от негативного пре-стимульного воздействия к оценкам двух базовых черт объекта — доброжелательности (0,48) и экстраверсии (-0,30). Помимо пре-стимульного воздействия в модели был выявлен еще один экзогенный фактор — оценка нейротизма, которая, в свою очередь, не зависела от пре-стимульного воздействия и оценок других черт, включенных в модель. Высокая оценка нейротизма у воспринимаемого объекта приводила к снижению его оценок по доброжелательности (-0,13) и экстраверсии (-0,31). Оценка доброжелательности, в свою очередь, оказала влияние на восприятие экстраверсии (0,18). Совместное влияние негативного пре-стимула и нейротизма объяснило 24% дисперсии доброжелательности, а совместное влияние негативного пре-стимула, доброжелательности и нейротизма — 18% экстраверсии.

Оценки двух оставшихся базовых черт — открытости опыту и сознательности — не обнаружили прямой чувствительности к негативному пре-стимульному воздействию. Его влияние на открытость опыту было опосредовано доброжелательностью (0,50) и экстраверсией (0,18), а влияние на сознательность — доброжелательностью (0,38), открытостью опыту (0,34) и экстраверсией (0,16). Общая дисперсия оценки открытости опыту составила 30%, а сознательности — 45%. Важно отметить, что оценки открытости опыту и сознательности, судя по модели, формировались как результат совместного опосредованного влияния негативного пре-стимула и нейротизма объекта. Вместе с тем величины стандартизованных регрессионных коэффициентов указывают на то, что влияние нейротизма уступало влиянию пре-стимула.



## Обсуждение результатов

Полученные модели позволяют описать субъективную логику формирования образа Другого, выделив «отправные точки» его оценки, т.е. переменные, наиболее чувствительные к внешним, потенциально конструируемым, факторам восприятия.

Модель *отношения* свидетельствует о том, что эмоциональная установка к объекту зависит от некоторых рациональных умозаключений о его особенностях, сформированных на контрасте с пре-стимульным воздействием. Другими словами, объект восприятия нам не «просто нравится» или «просто не нравится», а вызывает обоснованные, соответствующие его воспринимаемым характеристикам, эмоциональные отклики. В совокупности когнитивный и эмоциональный компоненты отношения формируют поведенческие установки — готовность или неготовность взаимодействовать с объектом. В то же время доли объяснимых дисперсий эмоционального и поведенческого компонентов свидетельствует о наличии других, помимо когнитивного, источников их формирования. На основании ряда исследований можно предположить, что в качестве таких факторов выступают пол объекта и субъекта восприятия, физическая привлекательность объекта, а также объективное и субъективное (осознаваемое) сходство с ним [1; 2; 3]. Можно предположить также, что определенную роль в остаточной дисперсии эмоционального и поведенческого компонентов играют индивидуальные особенности субъекта восприятия [см.: 37].

Модель *черт* свидетельствует о том, что негативный пре-стимул, как и предполагалось, оказывает прямое воздействие на представления только о двух диспозиционных характеристиках объекта — доброжелательности и экстраверсии, причем доброжелательность под его влиянием растет, а экстраверсия, наоборот, снижается. Это согласуется с имплицитной теорией личности, согласно которой человек с выраженной Темной триадой воспринимается как обладающий низкой доброжелательностью и высокой экстраверсией [5]. На контрасте с такой личностью амбивалентный объект воспринимается, соответственно, как более доброжелательный-приятный и менее экстравертированный-напористый. При этом суждения об экстраверсии зависят от оценки доброжелательности, — вероятно в части ее влияния на фасет общительности. В исследованиях было обнаружено, что человек с выраженной Темной триадой характеризуется меньшей сознательностью и большей открытостью опыту [7; 21; 34]. Из полученной модели видно, что доброжелательность и экстраверсия оказывают совместное влияние на оценки этих черт, причем влияние доброжелательности более существенно. Структура модели свидетельствует также о том, что оценка нейротизма целевого объекта является резистентной к действию негативного пре-стимула. Этот факт хорошо объясняется разной оценочностью (*judgeability*) и наблюдаемостью (*observability*) черт Большой пятерки [28]. Так, имеются данные о том, что доброжелательность и экстраверсия обладают высокой оценочностью [13], а нейротизм относится к скрытым, ненаблюдаемым в поведении чертам [44].

## Заключение

Таким образом, наше исследование показывает, что первичной «мишенью» негативного пре-стимула при формировании общего отношения к целевому объекту является когнитивный компонент аттитюда. Незначительно меняясь в сторону улучшения, он вызывает лавинообразный позитивный сдвиг эмоционального и поведенческого компонентов. Негативный пре-стимул трансформирует также представления о базовых личностных чертах целевого объекта. Сдвиг в их восприятии происходит по принципу контраста: те черты,



высокая выраженность которых приписывается пре-стимульному объекту, оцениваются как слабо выраженные у целевого объекта (и наоборот). Обнаружено, что первичной «мишенью» пре-стимульного воздействия становятся наиболее заметные на поведенческом уровне черты Другого — доброжелательность и экстраверсия. Вторичными «мишенями» выступают открытость опыту и сознательность, оценки которых, по всей видимости, логически выводятся из «очевидных» доброжелательности и (низкой) экстраверсии. Нейротизм целевого объекта не попадает в поле действия негативного пре-стимула, т.е. его оценки не меняются под его влиянием.

К ограничениям исследования следует отнести, во-первых, студенческую выборку с преобладанием лиц женского пола. Во-вторых, наблюдаемое изменение компонентов установки по отношению к целевому объекту в экспериментальной группе могло быть обусловлено рядом сопутствующих характеристик целевого и пре-стимульного объектов, а также индивидуальными особенностями субъекта восприятия. Таким образом, полученные данные нуждаются в уточнении при разных модификациях экспериментальной процедуры.

### **Литература**

1. Балева М.В. Другой, похожий на меня: особенности внутригрупповой перцепции юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт личности // Сибирский психологический журнал. 2019. № 74. С. 64–87. DOI:10.17223/17267080/74/4
2. Балева М.В. Особенности межличностного восприятия юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт // Социальная психология и общество. 2020. Том 11. № 2. С. 121–141. DOI:10.17759/sps.2020110208
3. Балева М.В. Хороший, плохой, симпатичный: внешность как опосредующий фактор оценки личности // Лицо человека: познание, общение, деятельность / Отв. ред. К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов. М.: Когито-Центр; Московский институт психоанализа, 2019. С. 429–443.
4. Балева М.В., Ковалева Г.В. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2019. № 3. С. 331–344. DOI:10.17072/2078-7898/2019-3-331-344
5. Балева М.В., Ковалева Г.В., Полянина О.И. Житейские представления о личности Другого с яркой выраженностью темнотриадических черт. Сравнение с данными научных исследований // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 2. С. 51–76. DOI:10.28995/2073-6398-2019-2-51-76
6. Балева М.В., Полянина О.И., Смирнова И.В. Типы установок на черты и их роль в самооценке и оценке Другого // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2019. Том 16. № 4. С. 540–559. DOI:10.22363/2313-1683-2019-16-4-540-559
7. Егорова М.С., Ситникова М.А., Паршикова О.В. Адаптация Короткого опросника Темной триады // Психологические исследования. 2015. Том 8. № 43. С. 1. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 12.03.2023).
8. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2018. 653 с.
9. Корниенко Д.С., Балева М.В., Руднова Н.А. Хороший и простой, плохой и сложный: как воспринимается образ другого при разных уровнях Темной триады // Психологические исследования. 2018. Том 11. № 62. С. 2. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.07.2021).
10. Распопова С.С., Павлова А.Н. Медиаэффекты прайминга и фрейминга в региональной повестке федеральных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. Том 3. № 29. С. 73–82.
11. Стеценко Н.М. Фрейминг как средство интерпретации печатных новостей // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2013. № 2. С. 38–45.
12. Щebetenko С.А., Балева М.В., Корниенко Д.С. Стереотип и социальная угроза как факторы восприятия иммигрантов русскими // Вестник Пермского государственного института искусства и культуры. 2007. Том 3. № 1. С. 57–69.



13. *Ambady N., Hallahan M., Rosenthal R.* On judging and being judged accurately in zero-acquaintance situations // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. Vol. 69. № 3. P. 518–529. DOI:10.1037/0022-3514.69.3.518
14. *Bäckström M., Björklund F.* Social desirability in personality inventories: The nature of the evaluative factor // *Journal of Individual Differences*. 2014. Vol. 35. № 3. P. 144–157. DOI:10.1027/1614-0001/a000138
15. *De Vreese C.H., Boomgaarden H.G., Semetko H.A.* (In)direct framing effects: the effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union // *Communication Research*. 2011. Vol. 38. № 2. P. 179–205. DOI:10.1177/0093650210384934
16. *Eagly A.H., Chaiken S.* The psychology of attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich, 1993. 794 p.
17. *Eder A.B., Krishna A., Sebald A., Kunde W.* Embodiment of approach-avoidance behavior: Motivational priming of whole-body movements in a virtual world // *Motivation Science*. 2020. Advance online publication. DOI:10.1037/mot0000205
18. *Erdley C.A., D'Agostino P.R.* Cognitive and affective components of automatic priming effects // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1988. Vol. 54. № 5. P. 741–747. DOI:10.1037/0022-3514.54.5.741
19. *Fay A.J., Maner J.K.* Interactive effects of tactile warmth and ambient temperature on the search for social affiliation // *Social Psychology*. 2020. Vol. 51. № 3. P. 199–204. DOI:10.1027/1864-9335/a000407
20. *Fazio R.H., Olson M.A.* The MODE model: Attitude-behavior processes as a function of motivation and opportunity // *Dual process theories of the social mind* / J.W. Sherman, B. Gawronski, Y. Trope (eds.). New York, NY: Guilford Press, 2014. P. 155–171.
21. *Furnham A., Richards S., Rangel L., Jones D.N.* Measuring malevolence: Quantitative issues surrounding the Dark Triad of personality // *Personality and Individual Differences*. 2014. № 67. P. 114–121. DOI:10.1016/j.paid.2014.02.001
22. *Goffman E.* Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press, 1974. 586 p.
23. *Gross K.* Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion // *Political Psychology*. 2008. Vol. 29. № 2. P. 169–192. DOI:10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x
24. *Gross K., Brewer P.R.* Sore losers: news frames, policy debates, and emotions // *Harvard International Journal of Press/Politics*. 2007. Vol. 12(1). P. 122–133. DOI:10.1177/1081180X06297231
25. *Gross K., D'Ambrosio L.* Framing emotional response // *Political Psychology*. 2004. Vol. 25. № 1. P. 1–29. DOI:10.1111/j.1467-9221.2004.00354.x
26. *Haselton M.G., Buss D.M.* Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2000. Vol. 78. № 1. P. 81–91. DOI:10.1037/0022-3514.78.1.81
27. *Herr P.M., Sherman S.J., Fazio R.H.* On the consequences of priming: Assimilation and contrast effects // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1983. Vol. 19. № 4. P. 323–340. DOI:10.1016/0022-1031(83)90026-4
28. *Human L.J., Biesanz J.C.* Target adjustment and self-other agreement: Utilizing trait observability to disentangle judgeability and self-knowledge // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2011. Vol. 101. № 1. P. 202–216. DOI:10.1037/a0023782
29. *Igartua J.-J., Moral-Toranzo F., Fernandez I.* Cognitive, attitudinal, and emotional effects of news frame and group cues, on processing news about immigration // *Journal of Media Psychology*. 2011. Vol. 4. № 23. P. 174–185. DOI:10.1027/1864-1105/a000050
30. *Kaiser F.G., Wilson M.* The Campbell paradigm as a behavior-predictive reinterpretation of the classical tripartite model of attitudes // *European Psychologist*. 2019. Vol. 24. № 4. P. 359–374. DOI:10.1027/1016-9040/a000364
31. *Kühne R., Weber P., Sommer K.* Beyond cognitive framing processes: Anger mediates the effects of responsibility framing on the preference for punitive measures // *Journal of Communication*. 2015. Vol. 65. № 2. P. 259–279. DOI:10.1111/jcom.12151
32. *Lecheler S., De Vreese C.H.* News framing and public opinion: A mediation analysis of framing effects on political attitudes // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 2012. Vol. 89. № 2. P. 185–204. DOI:10.1177/1077699011430064



33. *Nerb J., Spada H.* Evaluation of environmental problems: A coherence model of cognition and emotion // *Cognition and Emotion*. 2001. Vol. 15. № 4. P. 521–551. DOI:10.1080/02699930143000013
34. *Paulhus D.L., Williams K.M.* The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism and psychopathy // *Journal of Research in Personality*. 2002. Vol. 36. № 6. P. 556–563. DOI:10.1016/S0092-6566(02)00505-6
35. *Pusen C., Erickson J.R., Hue C.-w., Vyas A.P.* Priming from category members on retrieval of other category members: Positive and negative effects // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*. 1988. Vol. 14. № 4. P. 627–640. DOI:10.1037/0278-7393.14.4.627
36. *Putnam-Farr E., Morewedge C.K.* Which social comparisons influence happiness with unequal pay? // *Journal of Experimental Psychology: General*. 2021. Vol. 150. № 3. P. 570–582. DOI:10.1037/xge0000965
37. *Rau R., Carlson E.N., Back M.D., Barranti M., Gebauer J.E., Human L.J., Leising D., Nestler S.* What is the structure of perceiver effects? On the importance of global positivity and trait-specificity across personality domains and judgment contexts // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2021. Vol. 120. № 3. P. 745–764. DOI:10.1037/pspp0000278
38. *Rosenberg M.J., Hovland C.I.* Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes // *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* / C.I. Hovland, M.J. Rosenberg (eds.). New Haven, CT: Yale University Press, 1960. P. 1–14.
39. *Scheufele D.* Framing as a theory of media effects // *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49. № 1. P. 103–122. DOI:10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x
40. *Scheufele D.A., Tewksbury D.* Framing, agenda setting and priming: the evolution of three media effects models // *Journal of Communication*. 2007. Vol. 57. № 1. P. 9–20. DOI:10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x
41. *Schwarz N., Bless H.* Mental Construal Processes: The Inclusion/Exclusion Model // *Assimilation and contrast in social psychology* / D.A. Stapel, J. Suls (eds.). Psychology Press. 2007. P. 119–141.
42. *Shchebetenko S., Kalugin A.Y., Mishkevich A.M., Soto C.J., John O.P.* Measurement invariance and sex and age differences of the Big Five Inventory-2: Evidence from the Russian version // *Assessment*. 2019. Advance Online Publication. DOI:10.1177/1073191119860901
43. *Strack F., Deutsch R.* The duality of everyday life: Dual-process and dual system models in social psychology // *APA handbook of personality and social psychology, Vol. 1. Attitudes and social cognition* / M. Mikulincer, P.R. Shaver, E. Borgida, J.A. Barg (eds.). American Psychological Association. 2015. P.891–927. DOI:10.1037/14341-028
44. *Vazire S.* Who knows what about a person? The self–other knowledge asymmetry (SOKA) model // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2010. Vol. 98. № 2. P. 281–300. DOI:10.1037/a0017908
45. *Williams L.E., Bargh J.A.* Experiencing physical warmth promotes interpersonal warmth // *Science (New York, N.Y.)*. 2008. Vol. 322. № 5901. P. 606–607. DOI:10.1126/science.1162548

## References

1. Балева М.В. Другой, похожий на меня: особенности внутригрупповой перцепции юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт личности [The other person, similar to me: particularities of intragroup perception of young men and women with different levels of negative personality traits]. *Sibirskij psihologicheskij zhurnal = Siberian Journal of Psychology*, 2019. No. 74, pp. 64–87. DOI:10.17223/17267080/74/4 (In Russ.).
2. Балева М.В. Особенности межличностного восприятия юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт [Intergroup perception of men and women with different levels of negative traits]. *Social'naja psihologija i obshhestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 2, pp. 121–141. DOI:10.17759/sps.2020110208 (In Russ.).
3. Балева М.В. Хороший, плохой, симпатичный: внешность как опосредующий фактор оценки личности [Good, bad, nice: appearance as a mediator in personality assessment]. In: K.I. Anan'eva, V.A. Barabanshnikov, A.A. Demidov (Eds.). *Lico cheloveka: poznanie, obshhenie, dejatel'nost' = Human face: cognition, communication, activity*. Moscow: Kogito-Tsentr—Moskovskij institute psikhoanaliza, 2019. Pp. 429–443. (In Russ.).
4. Балева М.В., Ковалева Г.В. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я–Другой» в процессе социальной перцепции [Self-Other comparative focus in social perception]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija*.



- Psihologija. Sociologija* = Perm University Herald. "Philosophy. Psychology. Sociology" Series, 2019. No. 3, pp. 331–344. DOI:10.17072/2078-7898/2019-3-331-344 (In Russ.).
5. Baleva M.V., Kovaleva G.V., Poljanina O.I. Zhitejskie predstavlenija o lichnosti Drugogo s jarkoj vyrazhennost'ju temnotriadicheskikh chert. Sravnenie s dannymi nauchnyh issledovanij [Implicit judgments about the Other with vivid manifestations of Dark Triad traits. Comparison with research data]. *Vestnik RGGU. Serija «Psihologija. Pedagogika. Obrazovanie»* = RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series, 2019. No. 2, pp. 51–76. DOI:10.28995/2073-6398-2019-2-51-76 (In Russ.).
  6. Baleva M.V., Poljanina O.I., Smirnova I.V. Tipy ustanovok na cherty I ih rol' v samoocenke i ocenke Drugogo [Types of attitudes toward traits and their role in Self- and Other assessments]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Psihologija i pedagogika* = RUDN Journal of Psychology and Pedagogics, 2019. Vol. 16, no. 4, pp. 540–559. DOI:10.22363/2313-1683-2019-16-4-540-559 (In Russ.).
  7. Egorova M.S., Sitnikova M.A., Parshikova O.V. Adaptacija Korotkogo oprosnika Temnoj triady [Adaptation of the Short Dark Triad]. *Psihologicheskie issledovanija* = Psychological Research, 2015. Vol. 8, no. 43, p. 1. URL: <http://psystudy.ru> (Accessed 12.10.2021). (In Russ.).
  8. Kahneman D. Dumaj medlenno... reshaj bistro [Thinking, fast and slow]. Moscow: AST, 2018. 653 p. (In Russ.).
  9. Kornienko D.S., Baleva M.V., Rudnova N.A. Horoshij i prostoj, plohoj i slozhnyj: kak vosprinimaetsja obraz Drugogo pri raznyh urovnjah Temnoj triady ["Good and simple, bad and complex": the perceived image of Another and the Dark triad]. *Psihologicheskie issledovanija* = Psychological Research, 2018. Vol. 11, no 62, p. 2. URL: <http://psystudy.ru> (Accessed 20.10.2021). (In Russ.).
  10. Raspopova S.S., Pavlova A.N. Mediaeffekty prajminga i frejminga v regional'noj povestke federal'nyh SMI [Media effects of priming and framing in the regional agenda of the federal media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* = Sign: Media effects of priming and framing in the regional agenda of federal media, 2018. Vol. 3, no. 29, pp. 73–82. (In Russ.).
  11. Stecenko N.M. Frejming kak sredstvo interpretacii pechatnyh novostej [Framing as an instrument of news interpretation]. *Vestnik RUDN. Serija: Russkij i inostrannye jazyki i metodika ih prepodavanija* = Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. "Russian and foreign languages. Methods of its teaching" Series, 2013. No. 2, pp. 38–45. (In Russ.).
  12. Shchebetenko S.A., Baleva M.V., Kornienko D.S. Stereotip I social'naja ugroza kak factory vosprijatija immigrantov russkimi [Stereotype and social threat as factors of Russians perception of immigrants]. *Vestnik Permskogo gosudarstvennogo institute iskusstva i kul'tury* = Bulletin of the Perm State Institute of Art and Culture, 2007. Vol. 3, no 1, pp. 57–69. (In Russ.).
  13. Ambady N., Hallahan M., Rosenthal R. On judging and being judged accurately in zero-acquaintance situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995. Vol. 69, no. 3, pp. 518–529. DOI:10.1037/0022-3514.69.3.518
  14. Bäckström M., Björklund F. Social desirability in personality inventories: The nature of the evaluative factor. *Journal of Individual Differences*, 2014. Vol. 35, no. 3, pp. 144–157. DOI:10.1027/1614-0001/a000138
  15. De Vreese C.H., Boomgaarden H.G., Semetko H.A. (In)direct framing effects: the effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union. *Communication Research*, 2011. Vol. 38, no. 2, pp. 179–205. DOI:10.1177/0093650210384934
  16. Eagly A.H., Chaiken S. The psychology of attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich, 1993. 794 p.
  17. Eder A.B., Krishna A., Sebald A., Kunde W. Embodiment of approach-avoidance behavior: Motivational priming of whole-body movements in a virtual world. *Motivation Science*, 2020. Advance online publication. DOI:10.1037/mot0000205
  18. Erdley C.A., D'Agostino P.R. Cognitive and affective components of automatic priming effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988. Vol. 54, no. 5, pp. 741–747. DOI:10.1037/0022-3514.54.5.741
  19. Fay A.J., Maner J.K. Interactive effects of tactile warmth and ambient temperature on the search for social affiliation. *Social Psychology*, 2020. Vol. 51, no. 3, pp. 199–204. DOI:10.1027/1864-9335/a000407
  20. Fazio R.H., Olson M.A. The MODE model: Attitude-behavior processes as a function of motivation and opportunity. In: J.W. Sherman, B. Gawronski, Y. Trope (Eds.). *Dual process theories of the social mind*. New York, NY: Guilford Press, 2014. Pp. 155–171.



21. Furnham A., Richards S., Rangel L., Jones D.N. Measuring malevolence: Quantitative issues surrounding the Dark Triad of personality. *Personality and Individual Differences*, 2014.No. 67, pp. 114–121. DOI:10.1016/j.paid.2014.02.001
22. Goffman E. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press, 1974. 586 p.
23. Gross K. Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion. *Political Psychology*, 2008. Vol. 29, no. 2, pp. 169–192. DOI:10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x
24. Gross K., Brewer P.R. Sore losers: news frames, policy debates, and emotions. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2007. Vol. 12(1), pp. 122–133. DOI:10.1177/1081180X06297231
25. Gross K., D'Ambrosio L. Framing emotional response. *Political Psychology*, 2004. Vol. 25, no. 1, pp. 1–29. DOI:10.1111/j.1467-9221.2004.00354.x
26. Haselton M.G., Buss D.M. Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000. Vol. 78, no. 1, pp. 81–91. DOI:10.1037/0022-3514.78.1.81
27. Herr P.M., Sherman S.J., Fazio R.H. On the consequences of priming: Assimilation and contrast effects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1983. Vol. 19, no. 4, pp. 323–340. DOI:10.1016/0022-1031(83)90026-4
28. Human L.J., Biesanz J.C. Target adjustment and self-other agreement: Utilizing trait observability to disentangle judgeability and self-knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2011. Vol. 101, no. 1, pp. 202–216. DOI:10.1037/a0023782
29. Igartua J.-J., Moral-Toranzo F., Fernández I. Cognitive, attitudinal, and emotional effects of news frame and group cues, on processing news about immigration. *Journal of Media Psychology*, 2011. Vol. 4, no. 23, pp. 174–185. DOI:10.1027/1864-1105/a000050
30. Kaiser F.G., Wilson M. The Campbell paradigm as a behavior-predictive reinterpretation of the classical tripartite model of attitudes. *European Psychologist*, 2019. Vol. 24, no. 4, pp. 359–374. DOI:10.1027/1016-9040/a000364
31. Kühne R., Weber pp., Sommer K. Beyond cognitive framing processes: Anger mediates the effects of responsibility framing on the preference for punitive measures. *Journal of Communication*, 2015. Vol. 65, no. 2, pp. 259–279. DOI:10.1111/jcom.12151
32. Lecheler S., De Vreese C.H. News framing and public opinion: A mediation analysis of framing effects on political attitudes. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2012. Vol. 89, no. 2, pp. 185–204. DOI:10.1177/1077699011430064
33. Nerb J., Spada H. Evaluation of environmental problems: A coherence model of cognition and emotion. *Cognition and Emotion*, 2001. Vol. 15, no. 4, pp. 521–551. DOI:10.1080/02699930143000013
34. Paulhus D.L., Williams K.M. The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 2002. Vol. 36, no. 6, pp. 556–563. DOI:10.1016/S0092-6566(02)00505-6
35. Pusean C., Erickson J.R., Hue C.-w., Vyas A.pp. Priming from category members on retrieval of other category members: Positive and negative effects. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 1988. Vol. 14, no. 4, pp. 627–640. DOI:10.1037/0278-7393.14.4.627
36. Putnam-Farr E., Morewedge C.K. Which social comparisons influence happiness with unequal pay? *Journal of Experimental Psychology: General*, 2021. Vol. 150, no. 3, pp. 570–582. DOI:10.1037/xge0000965
37. Rau R., Carlson E.N., Back M.D., Barranti M., Gebauer J.E., Human L.J., Leising D., Nestler S. What is the structure of perceiver effects? On the importance of global positivity and trait-specificity across personality domains and judgment contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2021. Vol. 120, no. 3, pp. 745–764. DOI:10.1037/pspp0000278
38. Rosenberg M.J., Hovland C.I. Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In: C.I. Hovland, M.J. Rosenberg (Eds.). *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*. New Haven, CT: Yale University Press, 1960. Pp. 1–14.
39. Scheufele D. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 1999. Vol. 49, no. 1, pp. 103–122. DOI:10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x
40. Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, agenda setting and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 2007. Vol. 57, no. 1, pp. 9–20. DOI:10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x



41. Schwarz N., Bless H. Mental Construal Processes: The Inclusion/Exclusion Model. In: D.A. Stapel, J. Suls (Eds.). *Assimilation and contrast in social psychology*. Psychology Press, 2007. Pp. 119–141.
42. Shchebetenko S., Kalugin A.Y., Mishkevich A.M., Soto C.J., John O.P. Measurement invariance and sex and age differences of the Big Five Inventory-2: Evidence from the Russian version. *Assessment*, 2019. Advance Online Publication. DOI:10.1177/1073191119860901
43. Strack F., Deutsch R. The duality of everyday life: Dual-process and dual system models in social psychology. In: M. Mikulincer, R. Shaver, E. Borgida, J.A. Barg (Eds.). *APA handbook of personality and social psychology, Vol. 1. Attitudes and social cognition*. American Psychological Association, 2015. Pp. 891–927. DOI:10.1037/14341-028
44. Vazire S. Who knows what about a person? The self–other knowledge asymmetry (SOKA) model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2010. Vol. 98, no. 2, pp. 281–300. DOI:10.1037/a0017908
45. Williams L.E., Bargh J.A. Experiencing physical warmth promotes interpersonal warmth. *Science* (New York, N.Y.), 2008. Vol. 322, no. 5901, pp. 606–607. DOI:10.1126/science.1162548

### **Информация об авторах**

*Балева Милена Валерьевна*, кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и клинической психологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)

*Полянина Ольга Ивановна*, кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и клинической психологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5009-2156>, e-mail: [helgapol72@gmail.com](mailto:helgapol72@gmail.com)

### **Information about the authors**

*Milena V. Baleva*, PhD in Psychology, Associate Professor, Department of General and Clinical Psychology, Perm State University, Perm, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)

*Olga I. Polyagina*, PhD in Psychology, Associate Professor, Department of General and Clinical Psychology, Perm State University, Perm, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5009-2156>, e-mail: [helgapol72@gmail.com](mailto:helgapol72@gmail.com)

Получена 07.04.2023

Received 07.04.2023

Принята в печать 01.06.2024

Accepted 01.06.2024