

УДК 316.64

В настоящее время современная психология активно изучает проблемы влияния СМИ на население, восприятия людьми информации, связанной с неопределенностью, риском и сложными жизненными ситуациями. В статье рассматривается влияние средств массовой информации на восприятие риска респондентами. Особое внимание уделяется таким инструментам манипулирования массовым сознанием, которые формируют установки людей по отношению к социальным проблемам, в частности механизму влияния фрейминга на конструирование риска.

К л ю ч е в ы е с л о в а : конструирование риска; восприятие риска; психологический фрейм; стигматизация проблем.

At present, modern psychology tackles the problem of the influence of the media on the population, people's perception of information related to uncertainty, risk and complex life situations. The article examines the influence of mass media on the perception of risk by respondents. Particular attention is paid to such tools for manipulating the mass consciousness, which form the attitudes of people in relation to social problems, in particular the mechanism of the influence of framing on the construction of risk.

К е y w o r d s : risk design; risk perception; psychological frame; stigmatization of problems.

**В. В. Козлов, Т. М. Панкратова, А. А. Сухова, С. А. Трифонова**

*Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова*

*E-mail: kozlov@zi-kozlov.ru*

*E-mail: tm-p@mail.ru*

*E-mail: alina.svyatina@mail.ru*

*E-mail: sv-trif@mail.ru*

## **Роль СМИ в конструировании современной реальности**

Научная статья

**V. V. Kozlov, T. N. Pankratova, A. A. Sukhova, S. A. Trifonova**

*P. G. Demidov Yaroslavl State University*

## **The Role of Mass Media in the Design of Modern Reality**

Scientific article

В настоящее время потребность изучения проблем, связанных с активным вовлечением населения в информационное поле СМИ, остро встает перед учеными. Особо интересным является вопрос конструирования риска в СМИ, что обусловлено возрастающей динамичностью изменений социального устоя, и особое значение приобретает стремление человека активно постигать новизну и сложность меняющегося мира, а также проявлять новые оригинальные, а порой и опасные для собственной жизни стратегии поведения. Все чаще появляются новости об экстремальных поступках людей, увеличении числа экстремальных видов спорта. Но риск проявляется не только в таких формах. Человек на протяжении всей своей жизни постоянно встречается с ситуациями, не имеющими однозначного решения; при этом проявление активности связано с риском получить не тот результат, которого хочешь. [1] Риск представляет собой постоянный и неустранимый компонент любой социальной деятельности, выступает не просто некоей социокуль-

турной средой или условием действия, а как неотъемлемая часть социальности.

В психологии проблемой риска занимались А. П. Альгин, Г. Н. Солнцева, Т. В. Корнилова и др. [2]. А. П. Альгин определяет риск как деятельность, которая связана с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора и в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели. [2]

Г. Н. Солнцева считает, что ситуация риска появляется только тогда, когда в опасной или неопределенной ситуации появляется действующий субъект и когда он принимает решение действовать в этой ситуации, понимая, исходя из прежнего опыта (прецедента), что его может ожидать не только успех, но и неудача [3].

Таким образом, в психологии под риском понимается действие, направленное на вполне определенную цель, достижение которой связано с опас-

© Козлов В. В., Панкратова Т. М., Сухова А. А., Трифонова С. А., 2018

ностью, угрозой поражения, неудачи [4]. Риск представляет собой ситуацию выбора между двумя допустимыми вариантами действий: менее привлекательным, но более надежным и более привлекательным, но менее надежным, то есть исход которого проблематичен и связан с возможными неблагоприятными последствиями, где неуспех влечет за собой наказание (физическая угроза, болевое воздействие, социальные санкции).

Сведения о большей части рисков мы получаем с помощью СМИ, поскольку именно они имеют главенствующее значение в информатизации общества. У СМИ появляется возможность не только информировать людей о ситуации в мире и стране, но и манипулировать их сознанием. С этой целью в арсенале СМИ существует большое количество различных манипулятивных методов и технологий [5].

Подавая информацию о том или ином событии, СМИ часто проявляют избирательность в отношении того, что рассказать и каким образом преподнести эту информацию аудитории, а затем люди принимают эту интерпретацию, которая становится частью их представлений и опыта. Сконструированная человеком посредством СМИ реальность часто существенно отличается от объективной реальности в аспектах, которые он не всегда осознает. Обычные ситуации подаются в таком ключе, что человек начинает их воспринимать как опасные и рискованные.

Для изучения конструирования риска в СМИ и их влияния на восприятие респондентов нами было проведено два исследования. Цель первого – исследование влияния эффекта фрейминга как одного из ключевых механизмов конструирования риска в СМИ на восприятие респондентов с учетом общественной стигматизации проблем. Под эффектом фрейминга мы понимали особое обрамление текста с целью фокусировки внимания аудитории в области необходимого значения риска (положительного или отрицательного). Под стигматизацией – единые мнения и оценки большинства людей, сложившиеся в обществе стереотипы, касаемые данной социальной проблемы.

Мы выдвинули следующие гипотезы:

1. При влиянии эффекта фрейминга на восприятие человека в печатных СМИ конструирование риска будет осуществлено, если эта проблема не стигматизирована обществом;

2. При предъявлении текста, написанного в терминах выигрыша (с использованием положитель-

ного фрейминга), не стигматизированный обществом риск будет восприниматься как неопасное явление;

3. При предъявлении текста, написанного в терминах потерь (с использованием отрицательного фрейминга), не стигматизированный обществом риск будет восприниматься как опасное явление;

4. Различий в восприятии стигматизированной проблемы после прочтения новостей, написанных в терминах выигрыша и терминах потерь, не будет.

Для достижения цели и проверки гипотез нами использовались следующие методы эмпирического исследования: самостоятельно составленный опросник, с помощью которого определяется, является ли проблема стигматизированной; тексты, написанные в терминах выигрыша и в терминах потерь (т. е. с эффектом фрейминга), после которых следует несколько вопросов по тексту.

Для обработки полученных в ходе исследования результатов использовались методы описательной статистики (средние значения, процентное соотношение данных), а также статистический метод обработки данных – параметрический критерий  $\chi^2$  Пирсона.

В исследовании приняли участие 60 испытуемых, студенты 1–3 курса факультета психологии ЯрГУ им. П. Г. Демидова.

Порядок выполнения работы был следующим:

Испытуемым давался опросник с целью выявления, какая из двух предложенных проблем является для них стигматизированной. Затем испытуемые делились на 4 группы. Первой группе обследуемых предлагался для прочтения текст со стигматизированной проблемой, написанный в терминах выигрыша (с положительным фреймом). Испытуемым второй группы также давался для прочтения текст со стигматизированной проблемой, но написанный в терминах потерь (с отрицательным фреймом). Третьей группе испытуемых предлагался текст с нестигматизированной проблемой, написанный в терминах выигрыша (с положительным фреймом). Испытуемым четвертой группы предъявлялись новости с нестигматизированной проблемой с использованием терминов потерь (с отрицательным фреймом).

В результате проведенного исследования мы выяснили:

1. Процесс конструирования риска СМИ с учетом применения эффекта фрейминга в новостных

текстах осложнен, если проблема имеет определенную общественную стигматизацию. Конструирование риска осуществляется более успешно, если проблема менее известна респондентам, не стигматизирована обществом. Таким образом, при влиянии эффекта фрейминга на восприятие человека в печатных СМИ конструирование риска успешно осуществляется, если эта проблема не стигматизирована обществом;

2. При предъявлении текста, написанного в терминах выигрыша, не стигматизированный обществом риск воспринимается как неопасное явление;

3. При предъявлении текста, написанного в терминах потерь, не стигматизированный обществом риск воспринимается как опасное явление;

4. Различий в восприятии стигматизированной проблемы после прочтения новостей, написанных в терминах выигрыша и терминах потерь, не наблюдается.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что конструирование риска СМИ стигматизированной проблемы затруднено, а конструирование риска нестигматизированной проблемы проходит более успешно. Стоит отметить, что на восприятие риска респондентами более сильное влияние оказывает совокупность применяемых механизмов (эффект фрейминга, эффект первичности, эффект недавности и т. д.), а также частота поступления новой информации.

В проведенном исследовании делался акцент лишь на ситуационных детерминантах риска. Однако, по нашему мнению, этого недостаточно для системного изучения феномена конструирования риска в СМИ. По этой причине нами было проведено второе исследование, в котором мы изучали как ситуационные, так и личностные детерминанты риска. Целью данного эмпирического исследования было изучение психологических особенностей конструирования риска в СМИ с помощью эффекта фрейминга у людей с различным уровнем субъективной склонности к риску.

#### **Гипотезы:**

1. Восприятие риска в СМИ связано с уровнем предрасположенности индивида к риску;

2. При предъявлении текстов, написанных в терминах выигрыша или в терминах потерь, восприятие риска будет меняться в зависимости от стигматизированности и нестигматизированности этой проблемы в обществе;

3. Для индивида с высоким уровнем предрасположенности к риску характерно отсутствие

изменений в восприятии риска независимо от влияния эффекта фрейминга и стигматизированности или нестигматизированности проблемы в обществе.

Для достижения цели и проверки гипотез нами были выбраны следующие методы эмпирического исследования: методика склонности личности к риску Когана-Валлаха; опросник, содержащий вопросы, касающиеся проблем вреда влияния сотовых телефонов и ПФС на здоровье человека; тексты, содержащие информацию по данным проблемам с разными эмоциональными окрасками (положительной и негативной).

В исследовании приняли участие 120 студентов 1–4 курсов факультета психологии ЯрГУ и экономического факультета Ярославского филиала Финансового университета при Правительстве РФ. Выбор юношеской возрастной категории обусловлен тем, что склонность к проявлению рискованного поведения достигает своего пика именно в юности, в 20 с небольшим лет, а после этого постепенно снижается. Для нашего исследования данный возраст является наиболее показательным.

На первом этапе исследования мы выяснили, о какой из этих двух предъявленных проблем современного общества у испытуемых имеется больше информации и уже сформированное конкретное представление, т. е. имеется общественная стигматизация. Для этого мы использовали метод статистического сравнения средних данных по U-критерию Манна-Уитни. Было выяснено, что существует негативная общественная стигматизация по проблеме влияния сотовых телефонов на здоровье человека.

Испытуемые твердо уверены, что сотовые телефоны несут вред здоровью, несмотря на то что они удобны в эксплуатации и необходимы в повседневной жизни. Возможно, у людей срабатывают защитные механизмы, такие как вытеснение или рационализация. Большинство испытуемых изгоняют из сознания неприемлемые для них переживания, не хотят об этом думать либо находят оправдания данным средствам связи в виде их необходимости, доступности и удобства, поскольку данный вид связи стал незаменимым для современного человека. Также данные результаты можно объяснить механизмом социального престижа. В наше время сотовые телефоны стали способом демонстрации и повышения своего социального статуса. В погоне за признанием, привлечением к себе вни-

мания люди стали забывать о безопасности. Если сослаться на пирамиду А. Маслоу, то удовлетворение потребности в уважении и признании стало превышать потребность в безопасности.

Проблема влияния ПФС мало распространена в обществе, лишь немногие из опрошенных с ней знакомы или что-то о ней слышали, поэтому определенного мнения касательно последствий использования ПФС у испытуемых нет. Данную проблему следует считать нестигматизированной.

На следующем этапе испытуемые делятся на 12 групп по 10 человек. При этом:

1) испытуемым с низким уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах выигрыша;

2) испытуемым с низким уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах потерь;

3) испытуемым со средним уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах выигрыша;

4) испытуемым со средним уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах потерь;

5) испытуемым с высоким уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах выигрыша;

6) испытуемым с высоким уровнем склонности к риску подается стигматизированная проблема в терминах потерь;

7) испытуемым с низким уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах выигрыша;

8) испытуемым с низким уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах потерь;

9) испытуемым со средним уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах выигрыша;

10) испытуемым со средним уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах потерь;

11) испытуемым с высоким уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах выигрыша;

12) испытуемым с высоким уровнем склонности к риску подается нестигматизированная проблема в терминах потерь.

После прочтения текстов испытуемыми им предлагается ответить на те же самые вопросы, посвященные упомянутым проблемам. Целью

данного этапа является выявление того, произошло ли конструирование риска, стали ли испытуемые иначе воспринимать проблему, подаваемую посредством СМИ либо остались при своем первоначальном мнении. Для обработки результатов в данной работе мы использовали параметрический критерий  $\chi^2$  Пирсона.

Нами было установлено, что для людей с высокой склонностью к риску, при конструировании его посредством СМИ под влиянием отрицательного эффекта фрейминга и отсутствием стигматизации этой проблемы в обществе, характерно изменение в описании риска. Однако, несмотря на то что описание риска меняется согласно содержанию текста, восприятие риска у испытуемых не изменяется, поскольку, согласно статистической обработке по параметрическому критерию  $\chi^2$  Пирсона, не выявлено значимых различий в распределении ответов на вопрос: в какой степени лично Вы обеспокоены проблемой влияния ПФС на организм человека? – до и после прочтения текста. Изменений в восприятии нестигматизированного риска, подаваемого в терминах выигрыша, индивидами с высоким уровнем склонности к риску также не выявлено. При анализе результатов статистической обработки по стигматизированной проблеме в данной группе испытуемых значимых различий в распределении ответов также не выявлено. Следовательно, различия в восприятии стигматизированного риска, подаваемого с положительным и отрицательным эффектом фрейминга, нет.

По нашему мнению, данные результаты логично сочетаются с имеющимися в литературе данными по данной теме, а именно Л. Шмидт установил, что людей с высоким уровнем склонности к риску влекут чувство опасности и жажда острых ощущений, они психически готовы к риску, их не страшит угроза своей телесной безопасности [4]. В концепции уровней интенсивности человеческих переживаний нами данная тенденция обозначена «гурманской» зоной [6]. Несмотря на то что испытуемые отвечали о последствии влияния риска согласно эмоциональной окраске текста, они не переживали за последствия влияния сотовых телефонов и ПФС на своей организм. Помимо этого у испытуемых имеется социальная готовность к риску. Они не обращают внимания на штампы или одобрение других, а значит, общественная стигматизация не играет роли в восприятии ими риска, поэтому значимых различий в восприятии риска до и после предъявления им текста как по стигма-



тизированной, так и по нестигматизированной проблеме не было обнаружено. Людям, обладающим высоким уровнем склонности к риску, не свойствен анализ ситуации и ее последствий. Эти данные объясняют тот факт, что испытуемых не беспокоит, к чему приведет пользование сотовыми телефонами и ПФС.

Рассматривая данные результаты в рамках транзактного анализа Э. Берна, можно сделать вывод, что у индивидов с высокой склонностью к риску внутренние Родитель и Дитя находятся в ссоре. Испытуемые ориентируются на желания и мотивы Дитя, а Взрослый не может привести в согласование отношения Родителя и Дитя. Испытуемыми движут мотивы избавиться от однообразия в своей жизни, тяга к приключениям и чему-то новому – это является причиной снижения страха перед будущими последствиями.

По данным А. Г. Евдокимова для лиц с высоким уровнем склонности к риску характерны более высокие показатели импульсивности, эмоциональной лабильности и нескритичности, чем для лиц с низкой склонностью к риску [4]. Т. В. Корниловой была выявлена связь готовности к риску с социальной смелостью, решительностью, готовностью к авантюре, упорством, тягой к сильным ощущениям, открытостью и легкостью в общении, совестливостью, сенситивностью, неуверенностью, неуступчивостью, воодушевленностью, эмоциональной устойчивостью и уравновешенностью [7]. Решительный человек более склонен к выбору рискованных решений в отличие от человека, у которого доминирует такое качество, как осторожность, поскольку он способен самостоятельно принимать решения, умеет смело брать на себя ответственность за выбранное решение.

По всей видимости, испытуемые данной группы, отвечая на предложенные им опросники до и после прочтения новостных текстов, действовали без достаточного сознательного контроля, под влиянием своих эмоциональных переживаний. Они выбирали ответы согласно своим установкам и взглядам на проблему.

Проводя анализ статистической и описательной обработки результатов, можно отметить тот факт, что изменение в восприятии риска индивидами с низким уровнем склонности к риску зависит от его стигматизации или отсутствия таковой, а также от эмоциональной окраски эффекта фрейминга, с помощью которого подается нестигматизированный риск. Восприятие стигматизированного

риска не было изменено, несмотря на эмоциональную окраску эффекта фрейминга. Хотя нестигматизированный риск испытуемыми и стал описываться в соответствии с эмоциональной окраской, в которой подавался текст, изменений в восприятии риска, написанного в терминах выигрыша, обнаружено не было. Данные результаты имеют место быть, поскольку большее количество испытуемых до прочтения текста при ответе на вопрос: в какой степени лично Вас беспокоят последствия влияния ПФС на организм человека? – выбирали вариант ответа: меня это не беспокоит – по причине своего незнания данной темы. После же прочтения текста большинство испытуемых выбирали этот же вариант ответа, так как были убеждены, что негативное влияние отсутствует.

Подобно испытуемым с высоким уровнем склонности к риску, у испытуемых со средним уровнем склонности к риску восприятие стигматизированной проблемы вне зависимости от эмоциональной окраски эффекта фрейминга не изменяется. Несмотря на то что испытуемые описывали нестигматизированную проблему согласно эмоциональной окраске новостного текста, различий в его восприятии также не обнаружено. Возможно, это связано с личностными особенностями испытуемых данной группы. Чаще всего они действуют под влиянием ситуативных факторов, например устойчивости к какому-либо виду риска, сформировавшейся в ходе адаптации, принадлежности личности к определенной социальной группе, определенной специфике взаимодействия между членами этой группы, ее организационной структуры, степени согласованности у членов группы различных интересов.

Однако у испытуемых с низким уровнем склонности к риску имеются значимые различия в восприятии риска влияния ПФС на организм человека (нестигматизированной проблемы), подаваемого с применением отрицательного эффекта фрейминга. В данном случае имеет место быть обеспокоенность последствиями данного риска. Полученные нами данные объясняются тем, что испытуемые данной группы проводят анализ своей деятельности, они склонны охотно выполнять общепринятые правила поведения, уступчивы и услужливы, а также им свойственно во всех неудачах винить только себя. Обладающие такими качествами люди в большей степени верят всему, что им скажут. Именно из-за той осторожности, которая им присуща, они рассматривают большинство рисков как

опасные. Из-за своей неуверенности в себе, скромности и мягкости они нерешительны и, боясь возлагать на себя ответственность, принимают всю поступающую к ним информацию как верную.

Таким образом, у людей с высоким и средним уровнем склонности к риску изменений в восприятии риска как стигматизированной, так и нестигматизированной проблемы выявлено не было, а у людей с низким уровнем склонности к риску изменения наблюдаются только при предъявлении им текста, содержащего материал по нестигматизированной проблеме, подаваемой с применением отрицательного эффекта фрейминга.

Проведя анализ полученных в ходе исследования результатов, можно сделать следующие выводы:

1. Восприятие риска в СМИ связано с уровнем предрасположенности индивида к риску;

2. При предъявлении текстов, написанных в терминах выигрыша или в терминах потерь, восприятие риска изменяется в зависимости от стигматизированности и нестигматизированности этой проблемы в обществе только у людей с низким уровнем склонности к риску;

3. Для индивидов с высоким и средним уровнем предрасположенности к риску характерно отсутствие изменений в восприятии риска независимо от влияния эффекта фрейминга и стигматизиро-

ванности или нестигматизированности проблемы в обществе.

### Ссылки

1. Канеман Д., Тверски А., Словик П. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005. 632 с.

2. Альгин А. П. Риск и его роль в общественной жизни. М.: Мысль, 1989. 187 с.

3. Солнцева Г. Н., Смолян Г. Л. Психологические механизмы и модели рискованного поведения // Проблемы управления риском и безопасностью: Труды Института системного анализа РАН. М.: ИСА РАН, 2007. Т. 31. С. 231–244.

4. Ильин Е. П. Психология риска. СПб.: Питер, 2012. 267 с.

5. Козлов В. В., Власов Н., Гордеев М. Основные приемы манипуляции массовым сознанием // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 4 (38). С. 98–105.

6. Козлов В. В. Психология кризиса. М.: Институт консультирования и системных решений, 2014. 528 с.

7. Корнилова Т. В. Психология риска и принятия решений. М.: Аспект Пресс, 2003. 286 с.