«ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ВЕРЫ В ЗАГОВОРЫ ПРИ ВОСПРИЯТИИ НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ»

Выполнил - Иванов Владимир Владимирович, студент 5-го курса (Самарский Университет)
Научный руководитель - Гудзовская Алла Анатольевна, к. псх. н.

Введение

С развитием информационных технологий, конспирологические теории стали набирать такую популярность, что стали появляться целые общества и субкультуры, насчитывающие не одну тысячу сторонников по всему миру. И особенно такому массовому набору популярности привели как телевизионные, так и интернет-СМИ, которые своим желанием привлечь к себе зрителей стали воздействовать на самую незащищенную область нашей психики – это непосредственно на эмоции. Некоторые создатели информационного контента сознательно или неосознанно используют такие формы его подачи, которые порождают веру в заговор, или усиливают веру в существующие заговоры. Какие элементы информационных сообщений о событиях влияют на возникновение веры в то, что событие является результатом отдельных лиц или групп лиц? Именно поэтому целью нашего исследование стало определить влияние эмоциональных факторов на веру в заговоры.

Термины

Информация - Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством

Эмоциональное восприятие — это способность человека распознавать и понимать эмоции, как свои, так и других людей

«Теория заговора», или же «конспирология» – это объяснение реального или вымышленного события как произошедшего в результате заговора могущественных групп; вера, что тайная, но влиятельная организация несет ответственность за необъяснимое событие.

Организация эксперимента

Гипотеза: К элементам информационных сообщений о событиях, повышающим уверенность потребителя информации в то, что его причиной является заговор, относятся: новости фармацевтики, новости мировой арены, спортивные события, научные открытия, политические события, новости об утечке данных.

Выборка: В эксперименте участвовало 59 человек, из разных регионов страны и самых различных сфер деятельности.

Схема эксперимента.

Для проведения эксперимента были придуманы новости, похожие по форме на обычный информационный контент.

Новости относились к следующим сферам: новости фармацевтики, новости мировой арены, спортивные события, научные открытия, политические события, новости об утечке данных. Всего 11 новостных сообщений.

Участники эксперимента должны были оценить эти новости по пятибалльной шкале по степени своей уверенности в том, что на событие, о котором идет речь в информационном сообщении, влияет заговор каких-то лиц.

Придуманные информационные сообщения для двух экспериментальных групп различались наличием в контенте для второй экспериментальной группы, некой «триггерной» фразы или акцента, который увеличивает уверенность читателя в том, что между действующими лицами существует заговор.

Экспериментальная 1	Экспериментальная 2
Журналистам стало известно, что при разработке новой вакцины от тяжелого заболевания, которую уже хотят ввести на стадию тестирования над людьми, смертность пожилых приматов возросла на 25 процентов	ВОЗ проигнорировала расследование журналистов, показавшее, что при разработке новой вакцины от тяжелого заболевания, которую уже хотят ввести на стадию тестирования над людьми, смертность пожилых приматов возросла на 25 процентов.

Определенно заговор
Возможно заговор
Сомневаюсь
Возможно не заговор
Определенно не заговор

В этой новости таким триггером является фраза «ВОЗ проигнорировала расследование».

Другие дополнения к новостям: «представителя главы городской администрации»; «судья имеет родственные связи с известной букмекерской конторой».

На основании анализа исследований Дж. Э. Ускински, К. Клофстада – «Политические исследования, 2016 г.», и Дж. Ван Пройена, К.М. Дугласа – «Журнал социальной психологии, 2018 г.» сформулирована гипотеза исследования: существуют отдельные выражения («триггерные фразы») которые повышают уверенность читателя новости в том, что причиной происходящих в новости событий является заговор неких лиц.

Результаты.

Количество ответов «Определенно не заговор» на ситуации первого и второго типа

Ниже представлены средние значения показателей вопросов с вводными для усиления веры в заговоры, и показатели вопросов без вводных.

Ситуации	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Итог	
	2,16	2,13	3,55	2,323	2	2,1	2,81	1,58	2,65	2,94	2,42	27
	3,0	2,4	3,2	3,0	2,8	2,8	2,9	2,5	2,1	3,2	3,0	30,8
	0,01	0,48	0,29	0,040	0,01	0,06	0,86	0,01	0,08	0,50	0,05	0,03

Мы сравнили результаты между идентичными вопросами. В верхней части (желтого цвета) находились оценки ситуаций, не имеющих триггерных фраз. В нижнем ряду оценки новостей с триггерными фразами.

Мы обнаружили значимые различия в оценках новостей, посвященных фармацевтическому заговору (уровень различий t-критерия Стьюдента составил p=0,01), спортивному заговору (p=0,040) в случае, когда было заявлено о международных соревнованиях, и p=0,01, когда указывались региональные соревнования), научного заговора (уровень различий при p=0,01), а так же посвященному шпионажу (уровень p=0,045.

Использование t-критерия Стьюдента при сравнении обеих групп по суммарным оценкам выявило значимые различия при уровне значимости p=0,03.

Выводы

1. При добавлении «триггеров» к новостям, испытуемые были более склонны к восприятию их как связанных с заговорами. Особенно это проявилось в области «фармацевтического заговора», «спортивного заговора», «научного заговора» и «шпионажа».
2. Гипотеза исследования подтвердилась. Отдельные элементы информационных сообщений о событиях, повышают уверенность потребителя информации в то, что его причиной является заговор.

Список литературы

1. Всеобщая история прессы. Саламон Л., перевод. СПб.: Улей, 1909. – 175 с.
2. История и теория медиа. Новикова А.А., Высшая школа экономики, 2017 г. – 281 с.
3. Захарова О.Ю. Креативность: мифы и реальность [электронный ресурс].
4. Бразертон Р. Недоверчивые умы. Чем нас привлекают теории заговоров. ООО «Альпина нон-фикшн», 2017. – 380 с.
5. Справочник по психологии и психиатрии детского и подросткового возраста. Под ред. С.Ю. Циркина. СПб., 1999 г.

Телефон: 89370771519
Почта: art-c0t@mail.ru

Российский университет дружбы народов
Московский городской университет
Самарский филиал