

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ВЫУЧЕННОЙ БЕСПОМОЩНОСТИ

ВЫПОЛНИЛА: Обучающаяся 4 курса
Очной формы обучения
Дубасова Мария Игоревна

НАУЧНЫЙ
РУКОВОДИТЕЛЬ: Кандидат психологических наук
Доцент кафедры психологии человека
Солнцева Наталия Владимировна

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

■ Цель исследования:

Доказать, что СМИ могут повлиять на формирование выученной беспомощности.

■ Задачи исследования:

1. Описать возможные механизмы формирования выученной беспомощности через СМИ.
2. Подобрать методики исследования, используемые для выявления выученной беспомощности.
3. Выяснить влияние дискурса СМИ на формирование выученной беспомощности в ходе эксперимента.
4. Провести сравнение уровня выученной беспомощности до и после экспериментального воздействия.

ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ И ГИПОТЕЗА

- **Объект исследования:** Выученная беспомощность.
- **Предмет исследования:** СМИ как фактор формирования выученной беспомощности.

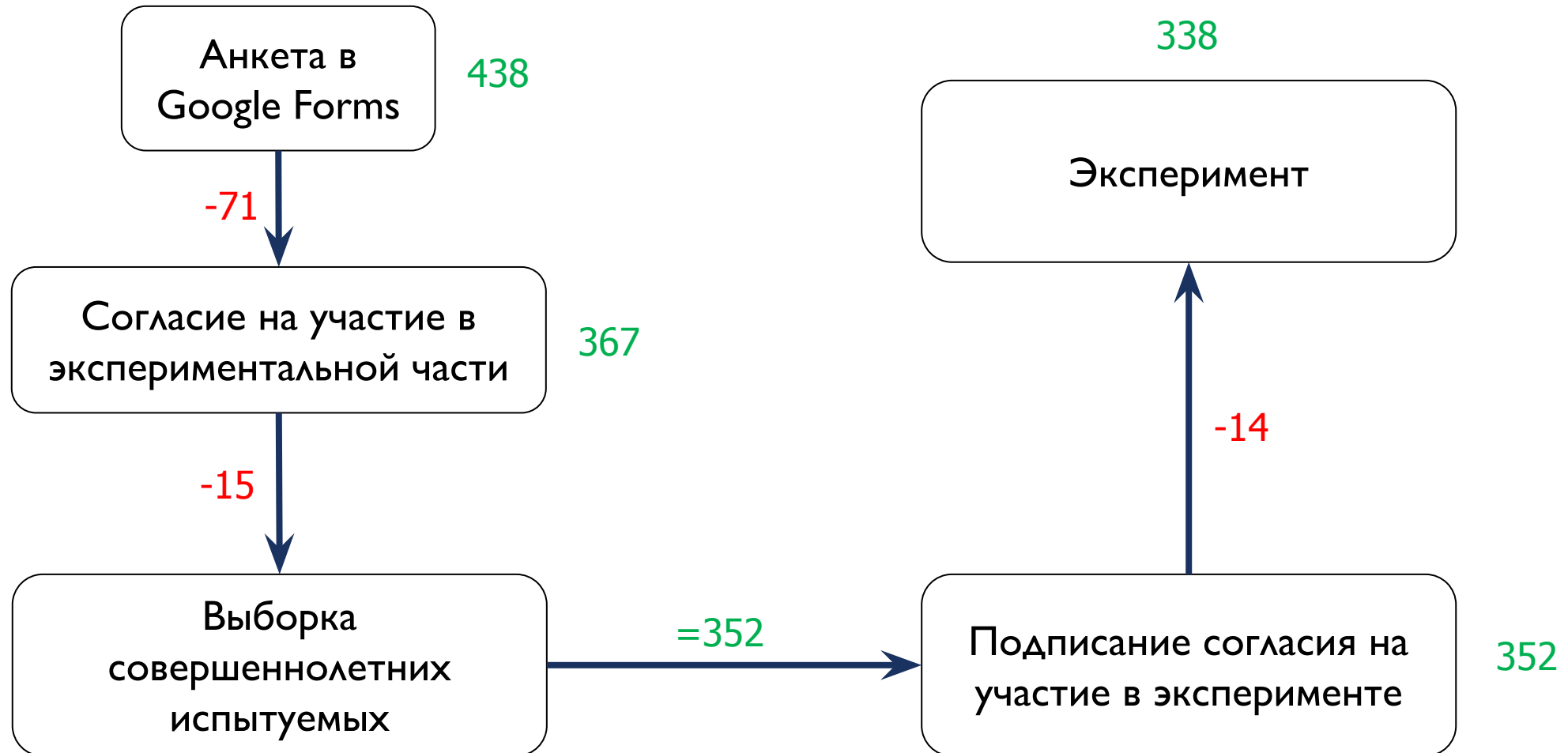
Гипотеза:

Средства Массовой Информации
способствуют формированию выученной беспомощности.

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- **Методы исследования:** контент-анализ, анкетирование, эксперимент.
- **Методики исследования:**
 1. Шкала контроля за действием (разработал Ю. Куль. Адаптация С. А. Шапкина);
 2. Опросник «Стиль объяснения успехов и неудач» СТОУН (русскоязычная адаптация опросника ASQ Т. О. Гордеевой, Е. Н. Осина и В. Ю. Шевяховой).

ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

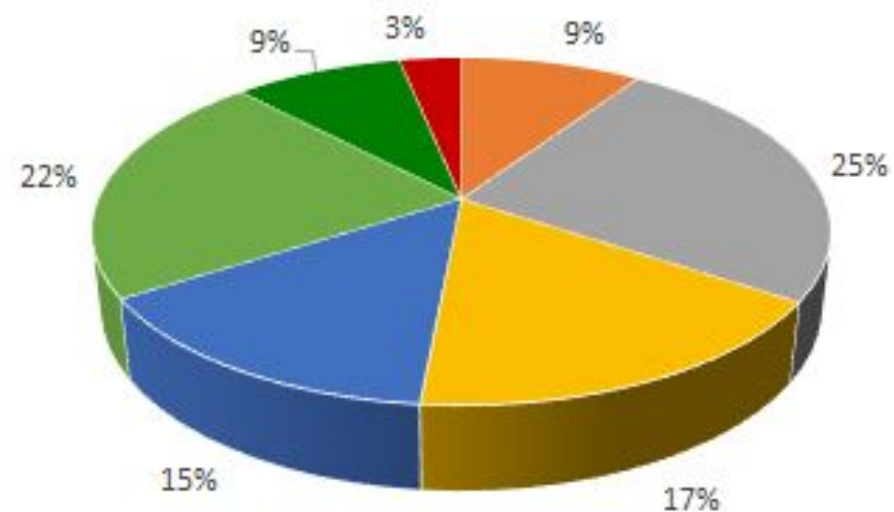


ВЫБОРКА

338 человек:

- 155 мужчин,
- 169 женщин.
- От 18 до 59 лет.
- Средний возраст 29,5 лет.

Уровень образования



- Бакалавр
- Специалист
- Доктор наук
- Незаконченное
- Магистр
- Кандидат

СТИМУЛЬНЫЙ МАТЕРИАЛ

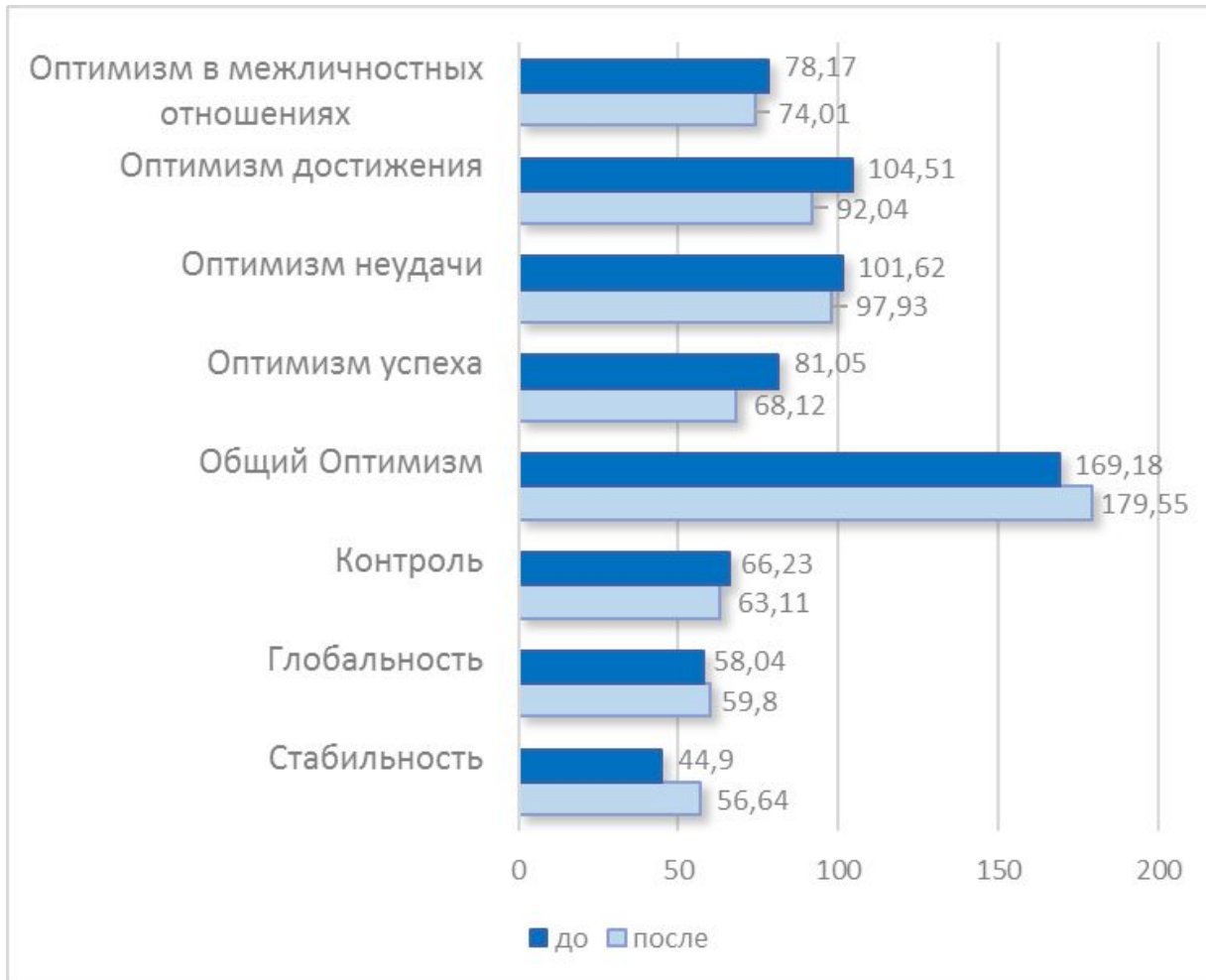
- 3:56 – **Первый канал**, доклад Сергея Лаврова о поездке в ООН;
- 2:09 – **Телеканал Культура**, репортаж о восстановлении старинной фрески в Нижнем Новгороде;
- 2:55 – **Россия 24**, фрагмент передачи «Вести недели с Сергеем Лавровым»;
- 3:05 – **Первый канал**, репортаж о дисквалификации Российского Олимпийского комитета;
- 1:32 – **Матч-ТВ**, репортаж об успехах Российской команды на чемпионате Европы по фигурному катанию.

СТИМУЛЬНЫЙ МАТЕРИАЛ

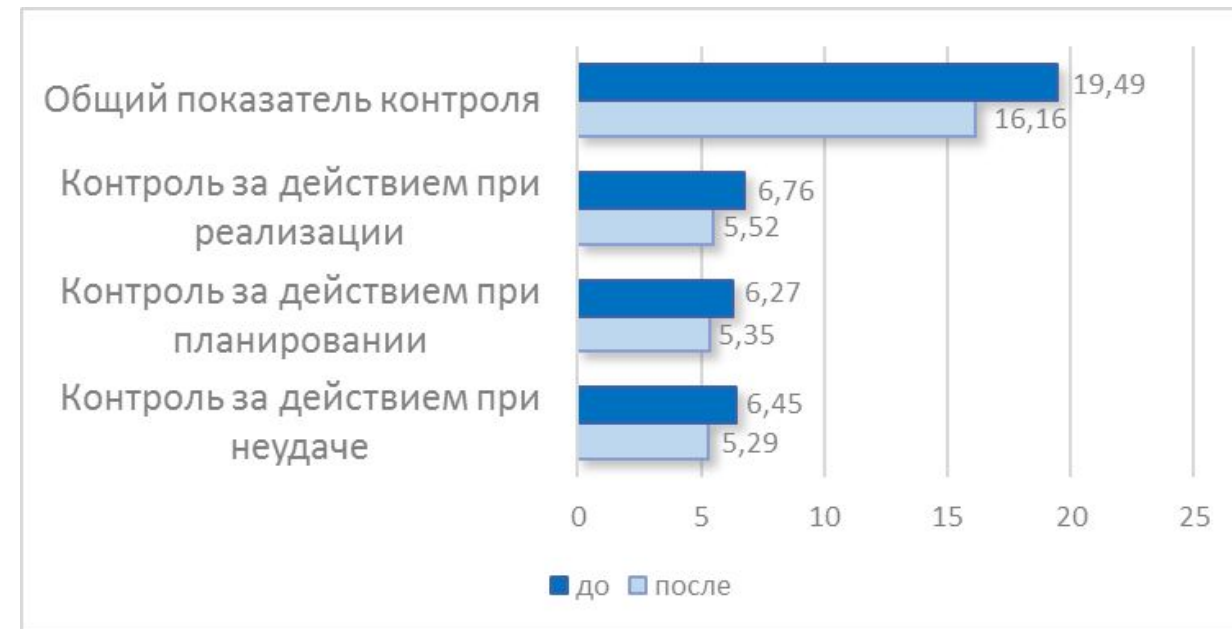
- 5 роликов
- Длительность 13:37
- Тематика: 1 спорт, 1 культура, 3 политика
- Равное соотношение условно-позитивных и условно-негативных факторов
- Известные федеральные каналы => широкий охват аудитории
(Первый, Культура, Россия 24, Матч-ТВ)

Результаты методик до и после эксперимента

«Стиль объяснения успехов и неудач»



«Шкала контроля за действием»



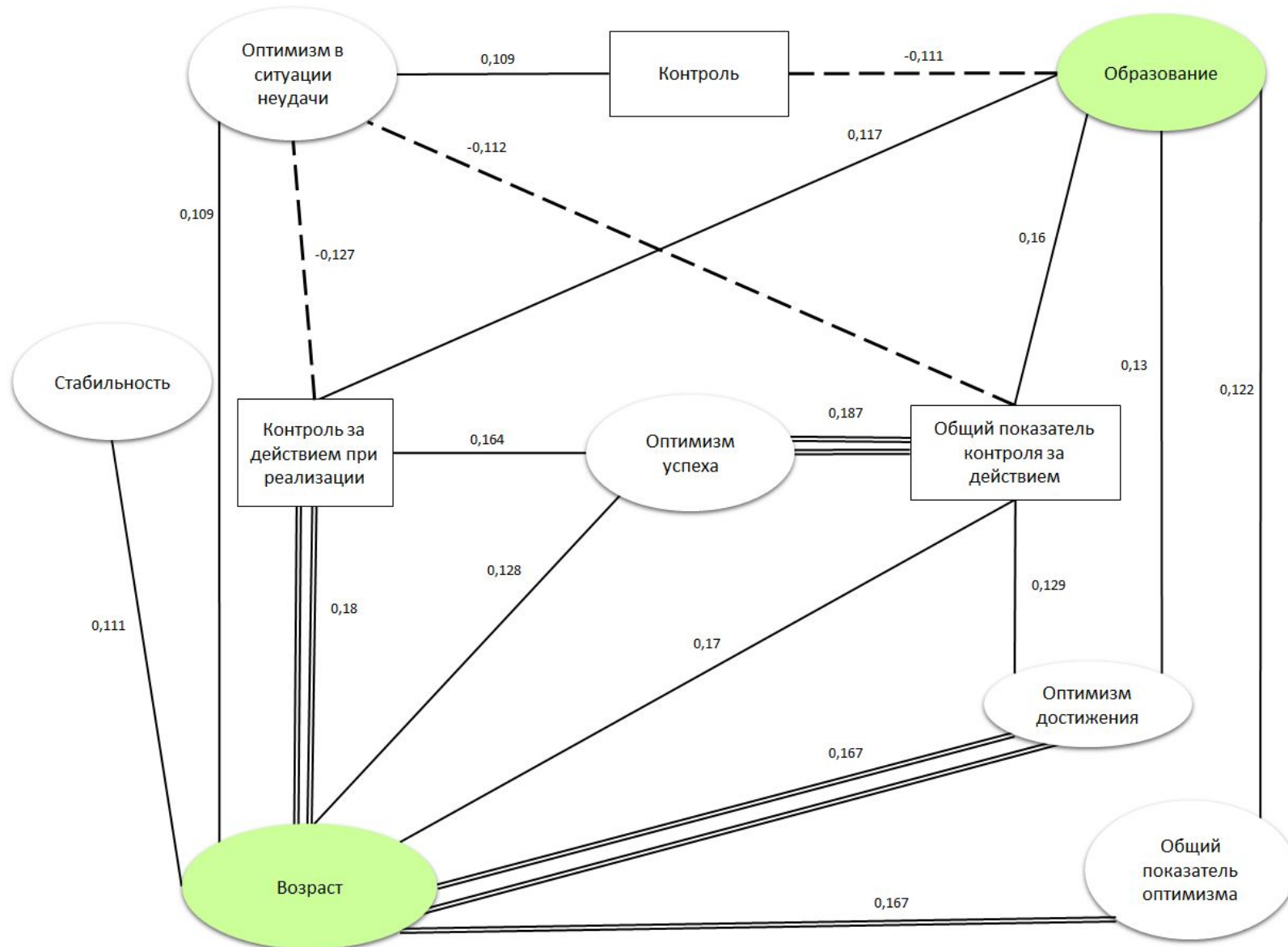
Показатель	до		после		Значение t-критерия
	M (среднее)	σ (стандартное отклонение)	M (среднее)	σ (стандартное отклонение)	
Стабильность	44,90	6,32	56,64	5,38	25,81**
Глобальность	58,04	7,30	59,80	7,92	2,97**
Контроль	66,23	7,21	63,11	7,02	5,82**
Общий Оптимизм	169,18	12,28	179,55	11,58	-11,32
Оптимизм успеха	81,05	7,76	68,12	7,44	21,18**
Оптимизм неудачи	101,62	8,84	97,93	9,16	5,65**
Оптимизм достижения	104,51	9,34	92,04	8,48	18,38**
Оптимизм в межличностных отношениях	78,17	7,19	74,01	7,73	6,96**
Контроль за действием при неудаче	6,45	1,95	5,29	2,01	8,23**
Контроль за действием при планировании	6,27	1,94	5,35	2,01	5,86**
Контроль за действием при реализации	6,76	1,99	5,52	2,03	8,33**
Общий показатель контроля	19,49	4,07	16,16	4,30	10,17**

df=337

2.5004066

Значение t-критерия Стьюдента при $p < 0,01 =$

Корреляционная плеяда показателей оптимизма, контроля и стабильности с возрастом и образованием испытуемых



ВЫВОД

Имеются статистически значимые различия по всем показателям атрибутивного стиля (стабильность, глобальность, контроль), а также по показателям оптимизма в различных ситуациях (успеха, неудачи, достижения, межличностного взаимодействия) и контроля (как в целом, так и в частности при планировании действий, при реализации намерений и при неудачно складывающихся обстоятельствах) в выборках до и после экспериментального воздействия.

Таким образом, подтверждается гипотеза о том, что способ подачи информации в СМИ влияет на формирование выученной беспомощности. Влияние комплексно и направлено на изменение в разной степени различных компонентов атрибутивного стиля личности.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

