

Секция «Психология»

Модели принятия решения о победителе в телевизионных дебатах

Шевякова Юлия Сергеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: wednesday926@rambler.ru

Спор представляет собой столкновение противоположных точек зрения. При этом участники спора стремятся к общему решению или утверждению своей позиции [3]. Каждая из этих стратегий может использоваться специально: например, стремление к консенсусу – в ситуации переговоров для решения производственных вопросов, стремление к утверждению – в ситуации телевизионных дебатов, чтобы одержать победу.

Объектом нашего исследования являются телевизионные дебаты, предметом – модели принятия решения о победителе в телевизионных дебатах. В качестве факторов, которые определяют решение о победителе, мы рассматриваем позицию зрителей по теме дебатов и их отношение к участникам поединка.

Сочетание этих факторов дает представление о трех основных моделях: 1) победа отдается оратору за счет согласия с его точкой зрения и большей симпатии к нему; 2) победа отдается оратору за счет согласия с его точкой зрения, при этом другой оратор нравится больше; 3) победа отдается оратору за счет большей симпатии к нему, при этом нет согласия с его точкой зрения.

Ситуацию принятия решения о победителе можно описать в терминах теории поля К. Левина [2]: в первом случае – движущая сила направлена в сторону только одного оратора, во втором и третьем случаях – движущие силы направлены к обоим ораторам, при этом каждая из движущих сил имеет свою сдерживающую силу (барьеры). При принятии решения по модели 1, в отличие от принятия решения по моделям 2 и 3, между позицией по теме дебатов и отношением к ораторам есть когнитивное соответствие [1].

Цель работы – изучить, каким образом принимается решение о победителе в телевизионных дебатах. Мы предполагаем, что:

1. Решение о победителе будет чаще приниматься по модели 1, чем по моделям 2 и 3 (вместе взятым).

2. Когнитивное соответствие достигается по одному из следующих сценариев: позиция человека по теме дебатов будет менять его отношение к ораторам или наоборот.

3. При принятии решения в ситуации конфликта барьер «Несогласие с точкой зрения» будет преодолеваться проще, чем барьер «Антипатия к оратору».

4. Человек будет осознавать, что решение принимается в ситуации конфликта, и предлагать объяснения, которые снижают когнитивный диссонанс.

В исследовании приняли участие 120 человек: 40 студентов МГУ им. М.В. Ломоносова и 80 студентов Финансового университета при Правительстве РФ. Студенты Финансового университета для проведения эксперимента были разбиты на две равные подгруппы. Пол испытуемых: 38 – мужского и 82 – женского пола. Возраст испытуемых варьировал от 18 до 23 лет (средний возраст – 20 лет).

В качестве экспериментального воздействия выступали дебаты из программы «К барьеру» с В. Соловьевым (4 выпуска). Предъявлялись только первые раунды, про-

должительность каждого отрывка – около 10 минут. Студенты МГУ просматривали 4 программы, студенты Финансового университета – 2 программы. В результате каждая из программ была оценена 80 респондентами.

Испытуемые до и после просмотра дебатов отмечали свою позицию по теме дебатов и отношение к участникам поединка (7-бальная шкала от – 3 до 3). Кроме этого, респондентов просили отдать победу одному из ораторов с комментарием: «Почему именно ему?». Математическая обработка данных проводилась в SPSS (версия 18.0). Для оценки частоты использования разных моделей подсчитывались Хи-квадрат Пирсона и точный тест Фишера.

Модели принятия решения о победителе используются с одинаковой частотой при просмотре разных программ, в мужской и женской подгруппах, в подгруппах с разным профилем образования. Модель 1 «Согласие с точкой зрения и симпатия к оратору» – 60%, модель 2 «Согласие с точкой зрения при конфликте» – 11 %, модель 3 «Симпатия к оратору при конфликте» – 29 % от всех случаев.

Таким образом, можно говорить о некоторой универсальной частоте использования разных моделей. При этом решение о победителе по модели 1 принимается чаще, чем по моделям 2 и 3 (вместе взятым) ($p = 0,000$). Это объясняется тем, что человеку легче принимать решение о победителе, когда есть когнитивное соответствие между позицией по теме дебатов и отношением к ораторам.

Если когнитивного соответствия не было до дебатов, оно достигается одним из следующих способов: сценарий 1 – позиция человека по теме дебатов меняет его отношение к ораторам (в 65 % случаев); сценарий 2 – отношение человека к ораторам меняет его позицию по теме (в 35 % случаев). Сценарий 1 используется чаще, чем сценарий 2, но были получены индивидуальные различия в зависимости от программы и пола испытуемых.

Сценарий 1 наблюдается чаще при просмотре программы на тему «Ужесточение наказания за нарушение ПДД», сценарий 2 – при просмотре программы на тему «Объединение оппозиционных партий в парламенте» ($p = 0,000$). Это связано с тем, что по первой программе, в отличие от второй программы, в группе была ярко выраженная точка зрения. Кроме этого, мужчины используют чаще сценарий 1, а женщины – оба сценария с равной частотой ($p = 0,050$). То есть мужчины, в отличие от женщин, не меняют свою точку зрения под влиянием симпатии к оратору.

В ситуации конфликта случаев, когда преодолевается барьер «Несогласие с точкой зрения», больше, чем случаев, когда преодолевается барьер «Антипатия к оратору» ($p = 0,000$). Видимо, человеку психологически проще отдать победу «хорошему» человеку, с которым он не согласен, чем «плохому» человеку, точку зрения которого он поддерживает. Опираясь на комментарии испытуемых, можно сказать, что респонденты осознавали, когда решение принималось в ситуации конфликта.

Если преодолевается барьер «Несогласие с точкой зрения» используется объяснение по типу «Придерживаюсь другой точки зрения, но с оратором во многом согласен», если преодолевается барьер «Антипатия к оратору» – объяснение по типу «Оратор не нравится, но в дебатах он проявил себя хорошо». Подобные объяснения встречаются не у всех респондентов, видимо, потому, что принятие решения о победителе не является лично важной ситуацией.

Таким образом, главный механизм, который лежит в основе принятия решения о по-

бедителе в телевизионных дебатах, – это достижение когнитивного соответствия между позицией по теме дебатов и отношением к участникам поединка.

Литература

1. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: теоретические подходы. М., 2001.
2. Левин К. Теория поля в социальных науках. СПб., 2000.
3. Blickle G., Hauck S., Senft W. Assertion and consensus motives in argumentations // International journal of value-based management. 1997. № 10. P. 193–203.