

ЭКСПРЕСС-МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ МЕДИА ПРОЕКТОВ НА ЧЕЛОВЕКА

Фиговский Олег Львович, Пенский Олег Геннадьевич

Ассоциация Изобретателей Израиля, Пермский государственный национальный исследовательский университет

В настоящей работе предложена методика численной оценки влияния массовых медиа проектов на стрессовое состояние общества. Описаны некоторые результаты исследований, связанных с анализом влияния на стрессовое состояние социума медиа проектов разной тематической направленности. Предлагаемая методика может быть использована для оценки влияния медиа проектов, в том числе сети интернет, на социум с целью достижения обществом заданных целей. Предлагается использовать экспресс-методику для построения рейтингов телевизионных компаний, исходя из общих задач общества.

В последнее время неуклонно растет количество мировых природных и социальных катаклизмов, что плохо отражается на психологическом состоянии социума в целом, приводящему к массовому отрицательному эмоциональному социальному перевозбуждению. Многие члены социума находятся из-за этого в состоянии постоянного повышенного стресса, порой, усугубляющегося способами подачи информации медиа проектами.

Приведем определение стресса, принятое в классической теории общей психологии человека: стресс — это совокупность неспецифических адаптационных (нормальных) реакций организма на воздействие различных неблагоприятных факторов-стрессоров (физических или психологических), нарушающее его гомеостаз, а также соответствующее состояние нервной системы организма (или организма в целом). Излишне повышенный уровень стресса, как известно, может привести к различным заболеваниям, в том числе психическим.

Сейчас существуют методы, позволяющие численно измерять величину стресса человека. Например, значение стресса можно определить по среднему количеству микровибраций головы человека: большему количеству микровибраций в течение одной минуты соответствует больший стресс испытуемого. В Санкт-Петербургской компании ELSYS разработана компьютерная программа Vibraimage, одной из функций которой является измерение стресса человека по 100-балльной шкале именно на основе подсчета количества микровибраций его головы, определяемых с помощью обычной компьютерной web-камеры (<http://www.elsys.ru/aura.php>).

В настоящее время профессорами О.Л. Фиговским (Израиль) и О.Г. Пенским (Россия) разработаны математические модели и алгоритмы, позволяющие определять психологическое влияние одного человека на другого. В качестве входных параметров моделей могут быть использованы численные значения стресса, измеренные у испытуемых людей при их общении друг с другом. Реализация предложенных алгоритмов требует создания компьютерных программных приложений и продолжительности экспериментов не менее 12 минут (Фиговский О.Л., Пенский О.Г. Вычисление коэффициентов влияния цифровых двойников друг на друга// Инженерный вестник Дона. №6. 2020. URL: http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD_01_6_Figovsky_N.pdf_e70732d9a2.pdf). Предложенные модели можно использовать при вычислении влияния телевизионных программ на аудиторию.

Однако опишем более простую, хотя и менее точную, экспресс-методику оценки психологического влияния телевизионных передач на человека, основанную на использовании программы Vibraimage.

Эта методика задается следующими этапами:

- 1) перед просмотром передачи СМИ измеряется величина стресса испытуемого;
- 2) через 10 минут просмотра передачи испытуемым также измеряется величина его стресса;
- 3) вычисляется относительная величина изменения стресса испытуемого путем арифметического деления стресса до просмотра передачи на его стресс в процессе просмотра передачи;
- 4) если численное значение полученной дроби больше единицы, то просмотр передачи уменьшает стресс человека, иначе – увеличивает стресс или его не меняет.

Отметим то, что описанные измерения в экспресс-методике, выполняемые с помощью программы Vibraimage, потребуют 2 минуты.

Авторами методики было вычислено среднее психологическое влияние отдельных телевизионных популярных передач, программ и каналов на группу испытуемых. И, хотя выборка испытуемых была небольшой, а поэтому мы не можем с уверенностью говорить о ее репрезентативности, однако в результате экспериментов можно сформулировать следующие результаты:

- 1) просмотр «агрессивных» рекламных роликов увеличил среднюю величину стресса группы испытуемых на 15%;
- 2) средняя величина стресса группы испытуемых уменьшается при просмотре каналов, связанных с «духовной» тематикой (наибольшее уменьшение среднего стресса у взрослых слушателей — на 17% — обеспечивает российский телеканал для детей

и юношества «Радость моя», который, например, никогда не транслирует рекламные видеоролики);

3) просмотр политических программ, где информация аудитории передается дикторами очень быстро и на резко повышенных тонах, увеличило средний стресс группы испытуемых на 20%;

4) политическая информация, передаваемая ведущими телепрограмм не в ускоренном режиме, а в спокойном тоне, не увеличивает среднее стрессовое состояние аудитории.

Отметим то, что не требующая большой математической подготовки предлагаемая экспресс-методика численной оценки влияния телеканалов на стрессовое состояние общества может быть использована также для вычисления влияния любых медиа проектов, в том числе проектов сети интернет, на социум с целью достижения обществом заданных целей.

Предлагаемая методика может быть применима для оценки влияния телевизионных компаний на психологическое спокойствие или эмоциональное возбуждение общества, для этого достаточно оценить влияние на стресс всего социума каждого из медиа проектов компании, после чего вычислить среднюю величину влияния компании на стресс, исходя из влияний каждого из проектов компании на аудиторию. Оценка влияния телекомпаний на социум позволит, например, строить рейтинги важности компаний, исходя из общих задач общества.