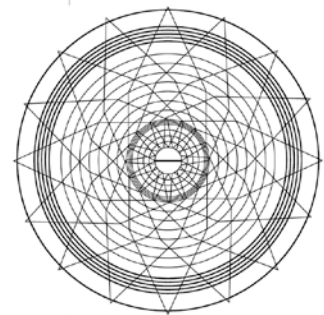


## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской  
и женской аудитории под влиянием новостного  
телевизионного контента*



# ИЗМЕНЕНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОПАСНОСТИ У МУЖСКОЙ И ЖЕНСКОЙ АУДИТОРИИ ПОД ВЛИЯНИЕМ НОВОСТНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА

**Лаврова Е. В.**

Психологический институт РАО

[may\\_day@list.ru](mailto:may_day@list.ru)

**Матвеева Л. В.**

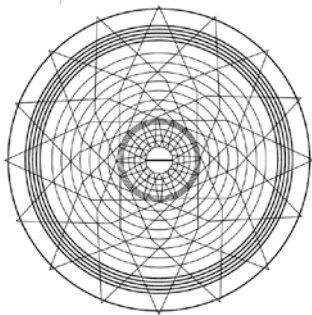
доктор психологических наук, профессор, Московский  
государственный университет имени М.В. Ломоносова

[matweewa-com@yandex.ru](mailto:matweewa-com@yandex.ru)

### **Аннотация:**

Статья описывает исследование влияния новостных передач на представление об опасности у мужчин и женщин. Показано, что ситуативная тревожность после просмотра новостных передач возрастает независимо от пола, а когнитивное оценивание ситуаций меняется у мужчин и женщин по-разному. Мужчинам после просмотра новостей опасные ситуации бытового типа кажутся менее масштабными, менее интенсивными и более контролируруемыми, а ситуации катастрофического типа, наоборот — более вероятными, более интенсивными и менее контролируемыми. В женской выборке различные ситуации — и повседневные, и катастрофические — начинают восприниматься более интенсивными и вероятными.

**Ключевые слова:** телевидение, новости, представление об опасности



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

В последнее время в психологии и журналистике возникает много дискуссий о том, как телевизионный контент влияет на разные категории зрителей. Новостная коммуникация рассчитана на широкую аудиторию. В нашем исследовании мы анализировали, как новостные передачи влияют на представление об опасности у мужчин и женщин. Настоящее исследование является частью цикла исследований, посвященных представлению об опасности и его трансформации под воздействием новостного контента.

**Объект исследования:** представление об опасности в образе мира человека.

**Предмет исследования:** трансформация представления об опасности в образе мира человека под воздействием телевизионной коммуникации на примере телевизионных новостных сообщений.

**Гипотеза:** трансформации представлений об опасности под влиянием новостных сообщений имеют особенности, связанные с половой принадлежностью.

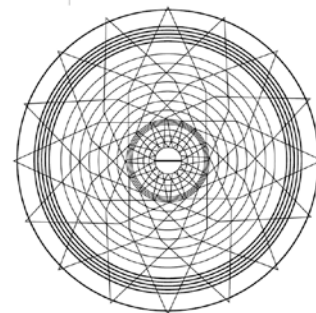
**Введение в проблему.** Ранее уже было показано, что новостная коммуникация может быть фактором, влияющим на страхи и тревожность у зрителей. Исследование В.М. Джонстон и Г.К. Дэви проводилось в трех группах студентов (от 18 до 26 лет): одна группа смотрела новости позитивного содержания, другая – нейтрального, а третья группа смотрела блок, содержащий только негативные новости. Каждый отрывок длился 14 минут. До просмотра все участники проходили тест ситуативной тревожности Спилбергера (STAI-Y2 - Spielberg, 1983), шкалу депрессии Бека (BDI-Beck, Ward, Mendelson, Mock, Erbaugh, 1961) и опросник беспокойства Пенсильванского университета (PSWQ- Meyer, Miller, Metzger, Borkovec, 1990), кроме того, каждый участник перечислил три своих страха. Все названные страхи были разделены на три области: учеба (страх экзаменов), личная жизнь (беспокойства относительно романтических отношений), деньги (личная экономическая ситуация). До просмотра по опросникам не было выявлено разницы в выраженности таких эмоций как беспокойство, тревога и грусть. После просмотра новостей в группе, которая смотрела новости негативного содержания, были зафиксированы более высокие показатели тревожности и грусти, а в ходе беседы было установлено, что личные страхи стали более сильными (Johnston, Davey, 1997). В другом исследовании было показано, что эффект усиления страхов после просмотра новостных программ возникает при просмотре региональных, а не мировых новостей. (Chiricos, Padgett, Gertz, 2000). Специального сравнения возрастания страхов отдельно по выборкам мужчин и женщин в этих исследованиях не проводилось, однако, согласно социологическим опросам, страх в отношении преступности выше у женщин по сравнению с мужчинами (Weitzer, Kubrin, 2004).

Исследования межполовых психологических различий показывают, что в ситуациях повышенного стресса женщины чаще проявляют тревогу, которая мешает им достигнуть успеха в деятельности, предполагающей высокую степень риска и вместе с тем требующей уверенного поведения (Harris, Jenkins, 2006). Эта особенность (связанная с половой принадлежностью) прослеживается как на психологическом, так и на физиологическом уровнях. Лопес с соавторами сравнили силу и продолжительность сердечной защитной реакции у мужчин и женщин. Было показано, что реакция в женской выборке более выраженная и длительная по сравнению с мужской (Lopez et al, 2016).

## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*



В исследовании Marin с соавторами (2012) две группы мужчин и женщин читали новости о двух разных типах событий: пугающее событие (убийство, катастрофа) и событие нейтрального характера (премьера фильма, открытие парка). До и после чтения у респондентов брали пробы слюны для анализа уровня кортизола (одного из гормонов, выделяющихся при стрессе). Сразу после чтения обоих типов новостей не было установлено повышения кортизола ни в одной из групп. На следующем этапе участникам предложили выполнять задания, тренирующие мышление и внимание. Женщины, из группы, читавшей негативные новости, справлялись с заданиями значимо хуже, чем респонденты из других групп, а уровень кортизола у них был выше. Таким образом, можно сделать вывод, что женщины становятся более чувствительными к стрессу после воздействия негативных новостных сообщений (Marin et al, 2012).

Социологические исследования выявили различия в выборе программ и фильмов для просмотра среди мужчин и женщин. Чаще всего женщины выбирают мыльные оперы, драмы и фильмы романтического содержания, то есть избегают передач пугающего содержания. Мужчины чаще смотрят спортивные передачи, фильмы ужасов, триллеры, боевики, то есть стремятся пережить ощущения риска (Oliver, Kim, Sanders, 2006; Oliver, Krakowiak, 2009). Таким образом, можно предположить, что новостные сюжеты, связанные с опасностями, будут сильнее влиять на женщин. При этом изменится как эмоциональная, так и когнитивная составляющие их представления об опасности.

**Целью** нашего исследования было сравнить влияние новостного контента, содержащего информацию об опасности на представление об опасности в образе мира мужчин и женщин, проанализировав при этом влияние как на эмоциональную, так и на когнитивную составляющие этого представления.

**Методами исследования** стали тесты ситуативной и личностной тревожности Спилбергера-Ханина (для оценки изменений в эмоциональной составляющей) и методика «Оценка параметров описания опасных ситуаций», разработанная нами для анализа когнитивной составляющей представления об опасности (Лаврова, Матвеева, 2016). В этой методике представлены 48 опасных ситуаций, которые нужно оценить по 5 параметрам, характеризующим различные аспекты опасности.

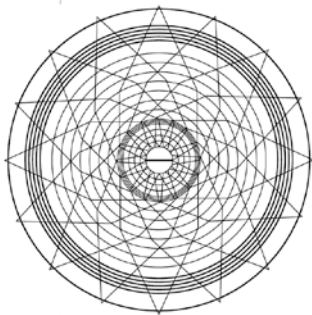
Данные были обработаны с помощью статистического критерия Вилкоксона в программе SPSS.

Респонденты были набраны среди студенческой аудитории. В исследовании приняли участие 120 человек: 60 мужчин в возрасте от 17 до 24 лет ( $M=21$ ,  $\sigma=1,9$ ), из них 19 — с высокой личностной тревожностью, 25 — с умеренной личностной тревожностью, 16 — с низкой личностной тревожностью; и 60 женщин в возрасте 17-25 лет ( $M=22$ ,  $\sigma=2,1$ ), из них: 19 — с высокой личностной тревожностью, 31 — с умеренной личностной тревожностью, 10 — с низкой личностной тревожностью.

Контрольную группу составили 40 человек: 20 мужчин в возрасте от 17 до 22 лет ( $M=19$ ,  $\sigma=1,4$ ), из них 2 — с высокой личностной тревожностью, 15 — с умеренной личностной тревожностью, 3 — с низкой личностной тревожностью; и 20 женщин в возрасте от 17 до 22 лет ( $M=19$ ,  $\sigma=1,7$ ), из них: 1 — с высокой личностной тревожностью, 14 — с умеренной личностной тревожностью, 5 — с низкой личностной тревожностью.

### Процедура

Все участники прошли тестирование по шкалам личностной и ситуативной тревожности Спилбергера-Ханина и заполнили методику «Оценка параметров описания опасных



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

ситуаций», разработанную в предварительном исследовании (Лаврова, Матвеева, 2016). С помощью семибалльной шкалы каждую из 48 ситуаций оценивали по пяти параметрам, характеризующим опасность: интенсивность, вероятность, неконтролируемость, масштабность, близость. Список параметров был определен в пилотной серии исследования (Лаврова, Матвеева, 2011). Затем экспериментальной группе были показаны специально подобранные новостные сюжеты, содержащие набор наиболее типичных новостных сообщений, демонстрирующих опасные или трагические ситуации. Всего было продемонстрировано 15 сюжетов. Время просмотра — 45 минут. Контрольные группы в просмотре не участвовали. Сразу после просмотра респонденты из экспериментальной группы заполнили тест Спилбергера-Ханина и методику «Оценка параметров описания опасных ситуаций». Контрольные группы также заполнили эти методики через 45 минут.

### Результаты исследования

Измерение личностной и ситуативной тревожности по шкале Спилбергера-Ханина у респондентов до и после просмотра специально подобранных новостных сюжетов выявило достоверные изменения ситуативной тревожности, что является индикатором изменений в эмоциональной составляющей представления об опасности.

Данные, представленные в таблице 1 демонстрируют, что для всей женской выборки достоверно увеличились показатели ситуативной тревожности в группах с высокой, средней и низкой личностной тревожностью. В мужской выборке (см. таблицу 2) достоверное увеличение показателя ситуативной тревожности наблюдалось также во всех группах респондентов.

**Таблица 1**

Изменения показателей ситуативной тревожности у женщин после эпизодического просмотра новостного контента (критерий Вилкоксона)

	Группа с низкой личностной тревожностью	Группа со средней личностной тревожностью	Группа с высокой личностной тревожностью
Число респондентов	10	31	19
Статистика критерия Z	-2.810 <sup>b</sup>	-4.868 <sup>b</sup>	-3.841 <sup>b</sup>
Уровень значимости	<b>0.005*</b>	<b>0.000*</b>	<b>0.000*</b>

*Примечание:*

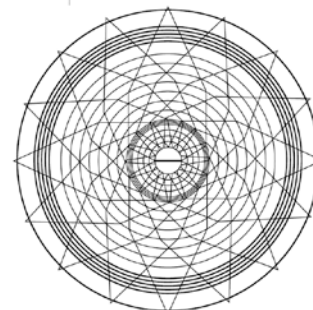
здесь и далее: <sup>b</sup> – используются положительные ранги — случаи, когда тревожность после просмотра выше, чем до

\* - отмечается уровень значимости <0.005

## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*



**Таблица 2**

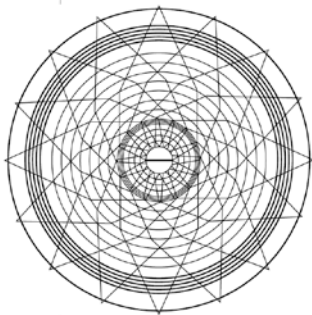
Изменения показателей ситуативной тревожности у мужчин после эпизодического просмотра новостного контента (критерий Вилкоксона)

	Группа с низкой личностной тревожностью	Группа со средней личностной тревожностью	Группа с высокой личностной тревожностью
Количество	16	25	16
Статистика критерия Z	-3.447 <sup>b</sup>	-4.396 <sup>b</sup>	-3.835 <sup>b</sup>
Уровень значимости	<b>0.001*</b>	<b>0.000*</b>	<b>0.000*</b>

В контрольной группе ситуативная тревожность не изменилась. Можно заключить, что просмотр новостных сюжетов с демонстрацией опасных ситуаций вызывает увеличение ситуативной тревожности (см. Рис. 1).

**Таблица 3.** Средние значения оценок до и после специально организованного просмотра по 5 параметрам описания опасности в женской выборке

Ситуация	Интенсивность	Вероятность	Неконтроль	Масштаб-ть	Близость
1. Оказаться за чертой бедности	<b>4.6</b>	<b>3.3</b>	<b>2.5</b>	3.1	2.9
	<b>5.0</b>	<b>4.3</b>	<b>3.2</b>	3.4	3.0
2. Испытывать ощущение ненужности	<b>4.3</b>	<b>3.4</b>	2.3	2.4	<b>4.5</b>
	<b>4.7</b>	<b>4.2</b>	2.3	2.5	<b>6.6</b>
3. Лишиться дома	<b>5.2</b>	<b>2.6</b>	<b>2.5</b>	3.4	<b>2.4</b>
	<b>5.7</b>	<b>3.8</b>	<b>3.6</b>	3.5	<b>2.7</b>
4. Ждать родственников домой поздно ночью	<b>2.7</b>	4.6	3.4	2.1	5.9
	<b>3.2</b>	4.7	3.2	2.5	5.5
5. Ехать на автомобиле с превышением скорости	<b>2.6</b>	4.7	2.1	2.2	5.6
	<b>3.1</b>	4.9	2.1	2.4	5.4
6. Смотреть новости по телевизору	<b>1.3</b>	6.3	1.6	1.9	6.3
	<b>1.7</b>	5.8	1.6	2.1	6.3
7. Оказаться внезапно в темноте	<b>1.5</b>	<b>4.1</b>	3.8	1.8	6.3
	<b>1.9</b>	<b>4.7</b>	3.8	1.9	6.1
8. Испытывать боль	4.1	3.8	3.9	2.5	<b>5.0</b>
	4.3	4.0	4.1	2.7	<b>5.5</b>



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

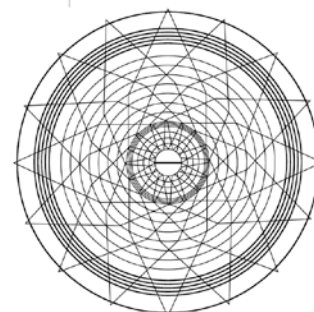
*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

<b>Таблица 3. (продолжение)</b>					
9. Узнать о начавшейся войне	<b>5.8</b> <b>6.1</b>	<b>2.6</b> <b>3.2</b>	5.5 5.4	6.2 6.1	3.0 2.9
10. Поссориться с другом	<b>3.5</b> <b>3.8</b>	4.8 4.7	2.9 2.6	<b>2.6</b> <b>3.1</b>	<b>5.6</b> <b>6.0</b>
11. Замечать признаки старения	2.6 2.9	5.7 6.0	5.6 5.2	2.7 3.3	4.6 4.6
12. Узнать об изменениях во властных структурах	2.4 2.7	<b>4.2</b> <b>4.7</b>	4.9 4.8	5.1 5.1	3.4 3.4
13. Публично попасть в неловкое положение	3.1 3.4	4.2 4.2	2.9 2.6	2.2 2.4	4.7 4.5
14. Думать о внезапности смерти	<b>4.0</b> <b>4.4</b>	5.6 5.9	5.9 5.7	3.4 3.3	4.3 4.1
15. Заболеть опасной болезнью	<b>5.2</b> <b>5.4</b>	<b>3.6</b> <b>4.0</b>	4.5 4.6	3.4 3.4	3.9 3.7
16. Участвовать в соревновании	1.9 2.2	4.7 4.8	1.9 1.9	1.9 1.9	<b>5.4</b> <b>5.8</b>
17. Узнать о болезни близкого человека	5.6 5.9	<b>3.7</b> <b>4.1</b>	3.5 3.2	3.5 3.2	<b>5.0</b> <b>5.4</b>
18. Услышать о начале землетрясения	<b>4.9</b> <b>5.5</b>	<b>2.5</b> <b>3.3</b>	6.1 6.2	6.1 6.2	3.1 3.0
19. Узнать о том, что вас уволили с работы	3.5 3.8	3.6 3.8	3.2 2.7	2.9 3.1	4.4 4.1
20. Совершить плохой поступок	<b>3.4</b> <b>3.7</b>	4.0 4.1	1.8 1.8	<b>2.6</b> <b>3.1</b>	5.1 4.7
21. Ездить в метро	<b>1.7</b> <b>2.0</b>	6.4 6.5	1.8 2.0	1.5 1.7	<b>6.1</b> <b>6.5</b>
22. Трогать пауков, змей	<b>3.0</b> <b>3.5</b>	3.2 3.5	1.6 1.8	1.7 1.9	5.3 5.0
23. Идти по темной улице поздно ночью	<b>2.8</b> <b>3.2</b>	5.0 4.9	1.9 2.0	1.7 1.9	6.4 6.2
24. Попасть в заложники	<b>5.4</b> <b>5.8</b>	<b>2.4</b> <b>3.0</b>	4.8 5.1	3.9 3.9	2.4 2.9
25. Узнать о смерти близкого человека	<b>5.9</b> <b>6.2</b>	4.0 4.3	6.0 5.7	3.7 3.6	5.4 5.0

## [Научные статьи]

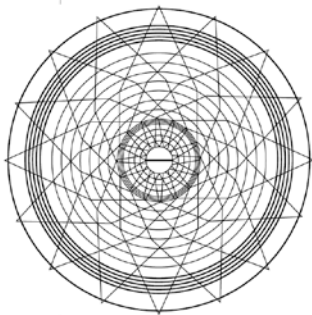
Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской  
и женской аудитории под влиянием новостного  
телевизионного контента*



**Таблица 3.** (продолжение)

26. Сходить к стоматологу	<b>2.3</b> <b>2.7</b>	4.9 5.2	2.1 2.1	1.6 1.8	6.5 6.0
27. Переходить оживленную трассу	2.7 2.9	4.2 4.5	2.1 2.2	2.1 2.2	5.9 5.5
28. Услышать, как начинается гроза	<b>1.7</b> <b>2.0</b>	4.6 5.1	<b>5.8</b> <b>5.4</b>	1.7 2.1	6.3 6.3
29. Оказаться на льдине	4.0 4.2	<b>2.2</b> <b>2.8</b>	3.9 3.7	2.4 2.4	2.4 3.0
30. Стать жертвой слухов	2.8 3.2	4.4 4.2	3.5 3.3	2.2 2.3	<b>4.8</b> <b>5.3</b>
31. Принимать ответственное решение	2.5 2.6	5.0 5.1	1.7 2.0	2.3 2.7	6.2 5.7
32. Узнать о предательстве (или измене) близкого человека	4.8 5.0	3.8 3.9	3.5 3.8	2.7 3.0	5.3 5.0
33. Находиться на открытом пространстве	<b>1.3</b> <b>1.7</b>	5.3 5.3	2.0 1.8	1.4 1.1	6.1 5.9
34. Заплывать далеко в море	2.8 2.9	3.7 3.6	1.9 1.8	1.9 2.1	5.0 5.0
35. Получить возмездие за грехи	<b>3.4</b> <b>3.8</b>	3.8 3.8	4.1 4.1	2.7 2.6	2.7 2.8
36. Играть в казино	<b>2.4</b> <b>2.9</b>	2.8 3.1	2.2 2.1	2.0 2.2	2.0 2.2
37. Оказаться в самолете или поезде, терпящем крушение	5.4 5.6	<b>2.9</b> <b>3.5</b>	5.6 5.5	5.2 5.4	2.2 2.4
38. Заниматься экстремальным спортом	<b>2.6</b> <b>3.1</b>	3.6 3.6	2.1 2.1	<b>2.1</b> <b>3.0</b>	4.0 3.8
39. Стать изгоем в коллективе	4.1 4.3	<b>2.7</b> <b>3.2</b>	2.9 3.1	<b>2.6</b> <b>3.1</b>	3.3 3.6
40. Оказаться в зоне наводнения или цунами	<b>5.4</b> <b>5.8</b>	<b>2.7</b> <b>3.2</b>	6.1 6.1	5.9 6.1	6.0 6.1
41. Стать жертвой социальной несправедливости	<b>4.2</b> <b>4.7</b>	<b>2.7</b> <b>3.9</b>	4.5 4.4	3.6 3.4	3.2 3.3



## [Научные статьи]

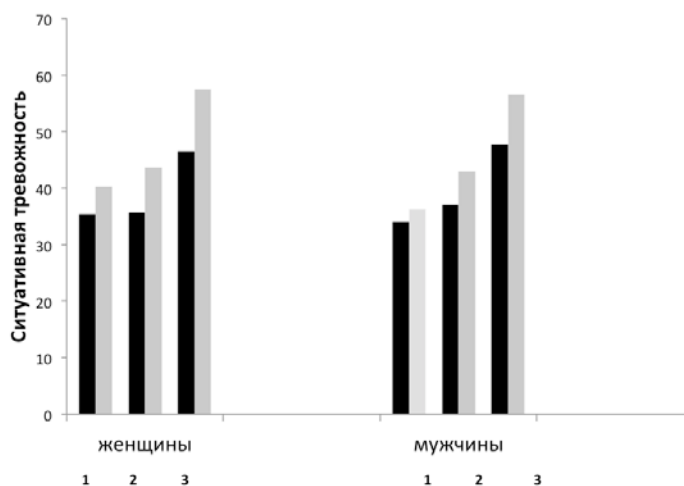
Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента

Таблица 3. (окончание)					
42. Находиться в маленьком закрытом пространстве	<b>2.1</b> <b>2.5</b>	5.1 5.3	1.9 2.1	1.4 1.7	6.0 5.8
43. Ощущать изменения в психическом состоянии	3.5 3.7	<b>3.4</b> <b>4.0</b>	2.6 2.9	2.7 2.7	4.0 4.3
44. Стоять на большой высоте	<b>2.9</b> <b>3.2</b>	3.9 4.2	1.8 2.1	1.8 1.9	5.7 5.5
45. Испытывать перегрузки на работе	2.6 2.8	4.8 4.7	2.5 2.6	<b>2.3</b> <b>2.8</b>	<b>5.3</b> <b>5.9</b>
46. Стать жертвой насилия (в том числе, семейного)	<b>5.4</b> <b>5.9</b>	<b>2.6</b> <b>3.4</b>	<b>3.7</b> <b>4.7</b>	3.7 3.7	3.1 3.3
47. Увидеть нечто необъяснимое, мистическое	<b>2.7</b> <b>3.8</b>	2.6 3.0	4.9 5.0	2.1 2.4	3.1 3.2
48. Оказаться в горящем здании	<b>5.2</b> <b>6.1</b>	<b>3.4</b> <b>4.2</b>	4.8 5.3	4.6 4.6	3.9 4.0

\*Жирным курсивом обозначены изменения с уровнем значимости менее 0.05

\*Курсивом выделены ситуации, совпадающие с сюжетами, показанными в ходе просмотра.



1 - респонденты с низким уровнем личностной тревожности  
 2 - респонденты со средним уровнем личностной тревожности  
 3 - респонденты с высоким уровнем личностной тревожности

**Рис. 1.** Изменения показателей ситуативной тревожности после эпизодического просмотра новостных сообщений

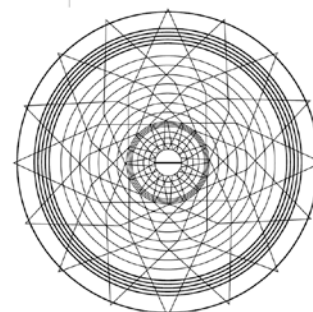
Сдвиг средних показателей ситуативной тревожности у женщин выражен более значительно, чем у мужчин. Показатели личностной тревожности значимо не изменились ни в одной из групп. Увеличение ситуативной тревожности характеризует изменение эмоционального компонента представления об опасности.



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

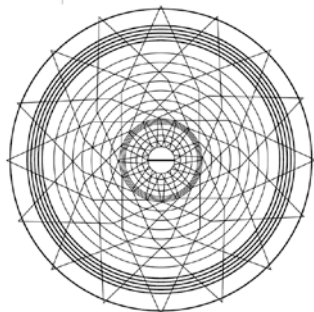


Что касается когнитивной составляющей, то характер ее трансформации после просмотра новостных сюжетов отличается у мужчин и женщин. Характерной особенностью изменений оценок ситуаций по параметрам описания опасности в женской выборке является их увеличение, понижений оценок зафиксировано практически не было. Женщины реагируют однозначно: большая часть опасных ситуаций им начинает казаться более интенсивными и вероятными, оценки по остальным параметрам меняются незначительно (см. Таблицу 3). У респондентов мужского пола выявлены разнонаправленные изменения по разным параметрам. Оценки по параметру вероятности возрастают также как и у женщин, но для большинства совпадающих с сюжетами ситуаций, оценки по параметрам интенсивности, неконтролируемости и масштабности увеличиваются, а для многих несовпадающих - уменьшаются. Это указывает на то, что мужчинам после просмотра новостей ситуации, связанные с повседневными опасностями, кажутся менее масштабными, менее интенсивными и более контролируемыми (см. Таблицу 4).

**Таблица 4**

Средние значения оценок до и после специально организованного просмотра по 5 параметрам описания опасности в мужской выборке

Ситуация	Интенсивность	Вероятность	Неконтр-ть	Масштаб-ть	Близость
1. Оказаться за чертой бедности	<b>4.2</b>	<b>3.2</b>	<b>1.8</b>	<b>2.7</b>	3.2
	<b>4.9</b>	<b>3.9</b>	<b>2.7</b>	<b>2.2</b>	3.4
2. Испытывать ощущение ненужности	3.6	<b>2.9</b>	<b>2.4</b>	2.0	<b>3.6</b>
	3.6	<b>3.6</b>	<b>1.7</b>	1.9	<b>5.8</b>
3. Лишиться дома	<b>5.1</b>	<b>2.7</b>	<b>2.7</b>	<b>2.1</b>	2.6
	<b>6.3</b>	<b>3.7</b>	<b>4.3</b>	<b>2.7</b>	2.8
4. Ждать родственников домой поздно ночью	<b>2.7</b>	4.2	3.3	2.4	5.9
	<b>3.0</b>	4.2	3.2	2.4	5.9
5. Ехать на автомобиле с превышением скорости	<b>3.1</b>	4.6	<b>2.1</b>	1.5	5.7
	<b>2.8</b>	4.8	<b>1.5</b>	1.6	5.7
6. Смотреть новости по телевизору	1.3	6.3	1.6	1.4	6.6
	1.4	6.0	1.6	1.3	6.6
7. Оказаться внезапно в темноте	1.7	3.8	4.6	1.7	6.1
	1.7	4.0	4.4	1.5	6.3
8. Испытывать боль	<b>4.7</b>	<b>3.7</b>	<b>3.8</b>	<b>2.2</b>	5.4
	<b>4.2</b>	<b>3.9</b>	<b>5.0</b>	<b>1.9</b>	5.4
9. Узнать о начавшейся войне	<b>6.0</b>	<b>2.7</b>	5.4	<b>6.0</b>	2.5
	<b>6.4</b>	<b>3.2</b>	5.6	<b>6.9</b>	2.4
10. Поссориться с другом	3.0	4.2	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>	6.1
	2.9	4.2	<b>2.2</b>	<b>2.0</b>	6.3
11. Замечать признаки старения	2.5	5.6	5.9	<b>2.6</b>	4.3
	2.6	5.4	6.0	<b>1.9</b>	4.3



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента

**Таблица 4.** (продолжение)

12. Узнать об изменениях во властных структурах	2.0 2.2	4.0 4.2	<b>4.6</b> <b>5.3</b>	<b>4.9</b> <b>5.6</b>	3.1 2.8
13. Публично попасть в неловкое положение	3.4 3.4	3.6 3.8	<b>2.8</b> <b>1.9</b>	<b>2.1</b> <b>1.7</b>	4.6 4.6
14. Думать о внезапности смерти	5.3 5.5	5.5 5.5	5.9 5.8	<b>2.6</b> <b>2.1</b>	4.4 4.4
15. Заболеть опасной болезнью	<b>5.6</b> <b>6.1</b>	<b>3.9</b> <b>4.3</b>	<b>5.2</b> <b>4.1</b>	<b>2.3</b> <b>1.9</b>	3.9 3.9
16. Участвовать в соревновании	1.9 1.7	4.2 4.4	<b>2.8</b> <b>2.2</b>	1.3 1.3	5.9 5.9
17. Узнать о болезни близкого человека	5.4 6.0	<b>3.5</b> <b>3.9</b>	4.2 4.2	<b>2.8</b> <b>2.1</b>	5.1 5.0
18. Услышать о начале землетрясения	<b>4.7</b> <b>5.7</b>	<b>2.9</b> <b>3.5</b>	<b>6.1</b> <b>5.8</b>	<b>6.0</b> <b>6.8</b>	2.7 2.6
19. Узнать о том, что вас уволили с работы	4.0 4.2	3.3 3.7	<b>3.1</b> <b>2.3</b>	<b>2.4</b> <b>2.0</b>	4.2 4.1
20. Совершить плохой поступок	3.3 3.6	<b>4.0</b> <b>4.4</b>	<b>2.0</b> <b>1.5</b>	<b>2.5</b> <b>2.0</b>	5.5 5.5
21. Ездить в метро	<b>1.5</b> <b>2.0</b>	6.3 6.2	<b>1.9</b> <b>1.5</b>	1.2 1.2	6.8 6.6
22. Трогать пауков, змей	2.5 2.5	<b>3.2</b> <b>3.7</b>	<b>1.6</b> <b>1.2</b>	1.4 1.2	5.7 5.7
23. Идти по темной улице поздно ночью	<b>2.7</b> <b>2.0</b>	5.3 5.2	<b>1.7</b> <b>1.4</b>	1.5 1.3	6.4 6.4
24. Попасть в заложники	<b>5.3</b> <b>5.9</b>	<b>2.6</b> <b>3.2</b>	4.5 4.7	<b>2.7</b> <b>2.1</b>	2.3 2.4
25. Узнать о смерти близкого человека	<b>6.0</b> <b>6.3</b>	3.9 4.1	<b>5.0</b> <b>5.8</b>	<b>2.7</b> <b>2.3</b>	5.1 5.0
26. Сходить к стоматологу	2.7 2.6	4.6 4.6	<b>2.8</b> <b>2.1</b>	1.6 1.5	6.5 6.6
27. Переходить оживленную трассу	<b>2.7</b> <b>3.4</b>	4.0 3.9	<b>1.9</b> <b>1.6</b>	1.6 1.4	6.0 6.2
28. Услышать, как начинается гроза	1.6 1.8	4.3 4.3	6.0 6.0	1.4 1.3	6.4 6.5
29. Оказаться на льдине	4.2 4.4	<b>2.1</b> <b>2.8</b>	<b>4.0</b> <b>3.0</b>	2.0 1.8	<b>2.2</b> <b>2.5</b>
30. Стать жертвой слухов	2.5 2.5	3.5 3.7	<b>2.9</b> <b>2.2</b>	1.9 1.7	4.4 4.4
31. Принимать ответственное решение	<b>2.5</b> <b>2.0</b>	5.0 5.0	<b>1.8</b> <b>1.5</b>	1.8 1.7	6.2 6.1

## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

Изменения представления об опасности у мужской  
и женской аудитории под влиянием новостного  
телевизионного контента

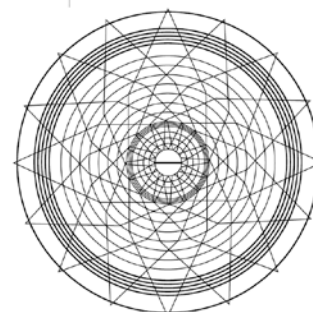
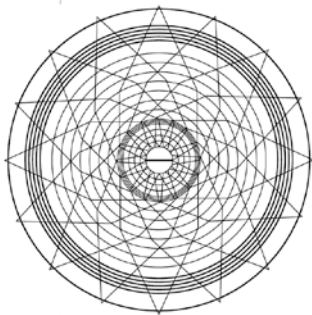


Таблица 4. (окончание)					
32. Узнать об измене близкого человека	4.4	3.4	3.5	<b>2.9</b>	5.0
	4.4	3.7	3.5	<b>2.1</b>	5.0
33. Находиться на открытом пространстве	1.3	5.4	<b>1.6</b>	1.3	6.6
	1.4	5.4	<b>1.3</b>	1.2	6.6
34. Заплывать далеко в море	<b>2.3</b>	3.7	<b>1.8</b>	1.6	5.6
	<b>2.6</b>	3.9	<b>1.5</b>	1.4	5.9
35. Получить возмездие за грехи	3.4	3.9	<b>3.7</b>	<b>1.5</b>	2.4
	3.4	4.0	<b>2.8</b>	<b>1.8</b>	2.1
36. Играть в казино	2.0	<b>2.7</b>	1.8	1.7	3.2
	2.0	<b>3.2</b>	1.7	1.5	3.1
37. Оказаться в самолете или поезде, терпящем крушение	<b>5.4</b>	<b>3.1</b>	<b>5.3</b>	<b>4.8</b>	2.5
	<b>5.7</b>	<b>3.5</b>	<b>5.8</b>	<b>5.1</b>	2.6
38. Заниматься экстремальным спортом	2.3	3.7	<b>2.0</b>	1.4	4.7
	2.4	4.1	<b>1.5</b>	1.3	5.0
39. Стать изгоем в коллективе	4.0	<b>2.6</b>	<b>2.9</b>	<b>2.1</b>	3.4
	4.0	<b>3.2</b>	<b>2.1</b>	<b>1.8</b>	3.7
40. Оказаться в зоне наводнения или цунами	<b>5.1</b>	<b>2.8</b>	<b>6.2</b>	<b>6.4</b>	2.3
	<b>5.9</b>	<b>3.3</b>	<b>6.6</b>	<b>6.9</b>	2.4
41. Стать жертвой несправедливости	3.7	3.6	<b>3.5</b>	2.3	3.9
	3.7	3.9	<b>2.6</b>	2.1	3.9
42. Оказаться взаперти	1.7	4.9	<b>1.7</b>	<b>1.4</b>	6.0
	1.6	5.1	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>	6.0
43. Ощущать изменения в психическом состоянии	<b>2.5</b>	<b>3.4</b>	<b>2.8</b>	1.8	4.0
	<b>2.8</b>	<b>3.8</b>	<b>1.9</b>	1.7	4.1
44. Стоять на большой высоте	2.7	3.8	<b>2.4</b>	<b>1.5</b>	6.3
	2.7	4.0	<b>1.7</b>	<b>1.2</b>	6.5
45. Испытывать перегрузки на работе	2.2	4.5	<b>2.5</b>	<b>1.8</b>	5.9
	2.0	4.6	<b>1.7</b>	<b>1.6</b>	6.1
46. Стать жертвой насилия (в том числе, семейного)	<b>4.3</b>	<b>2.5</b>	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>	2.9
	<b>5.6</b>	<b>3.7</b>	<b>4.5</b>	<b>1.8</b>	3.0
47. Увидеть нечто необъяснимое, мистическое	2.4	<b>2.3</b>	<b>3.9</b>	<b>1.9</b>	<b>2.8</b>
	2.6	<b>2.8</b>	<b>2.8</b>	<b>1.6</b>	<b>3.3</b>
48. Оказаться в горящем здании	<b>4.8</b>	<b>3.4</b>	<b>3.8</b>	<b>4.3</b>	3.6
	<b>6.3</b>	<b>4.5</b>	<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	3.6

\*Жирным курсивом обозначены изменения с уровнем значимости менее 0.05

\*Курсивом выделены ситуации, совпадающие с сюжетами, показанными в ходе просмотра.



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

**Таблица 5.**

Число значимых различий в оценках параметров описания опасности после просмотра новостных сообщений, содержащих информацию об опасностях (критерий Вилкоксона)

Параметры:	У мужчин			
	повышение	понижение	повышение	понижение
Интенсивность	16	4	31	-
Вероятность	20	-	18	-
Неконтролируемость	9	28	3	1
Масштабность	8	19	5	-
Близость	2	-	9	-

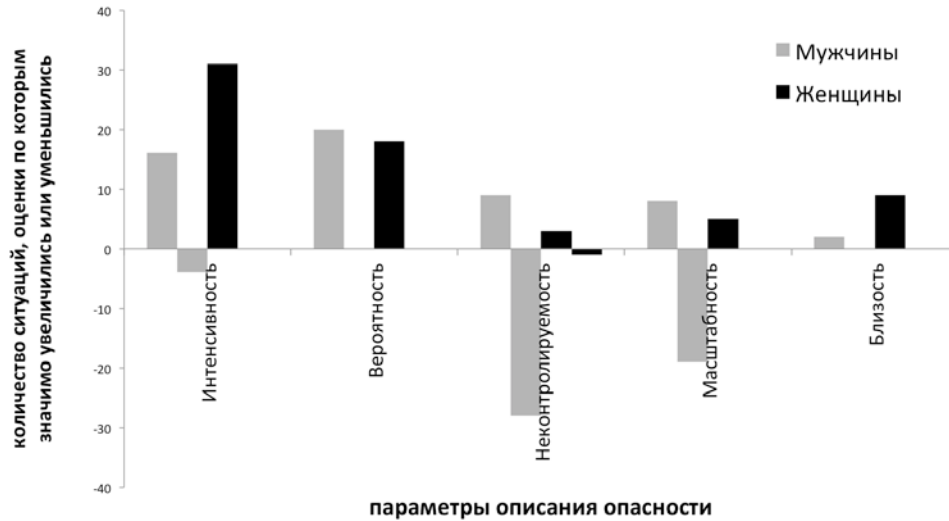
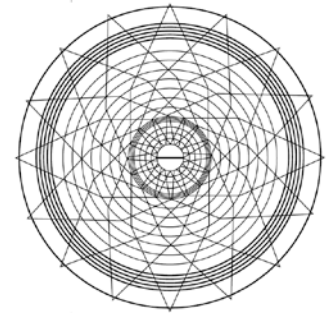
Изменения в когнитивной составляющей представления об опасности фиксировались за счет изменений в оценках параметров описания опасных ситуаций (см. Таблицу 5). Результаты показали, что из 48 опасных ситуаций, включенных в опросник, оценка интенсивности повысилась у 31 респондента в женской выборке и у 16 – в мужской. Оценка вероятности возникновения ситуаций увеличилась: для 18 ситуаций у женщин, и для 20 – у мужчин. В группе мужчин значимо снизилась неконтролируемость для 28 ситуаций, и масштабность – для 19. В женской группе эти параметры почти не изменились. Средние показатели по параметру близости не ни в одной из групп значительно не изменились. По-видимому, это связано с тем, что оценка по параметру «близость» в большей степени связана с личным опытом субъекта.

Результаты, представленные на рис. 2., фиксируют средние значения пяти параметров по всем типам опасных ситуаций, что демонстрирует обобщенную картину изменений отдельных параметров под влиянием новостных передач. Наиболее изменчивыми и для мужчин, и для женщин являются параметры «интенсивность» и «вероятность» (см. Рис. 3).

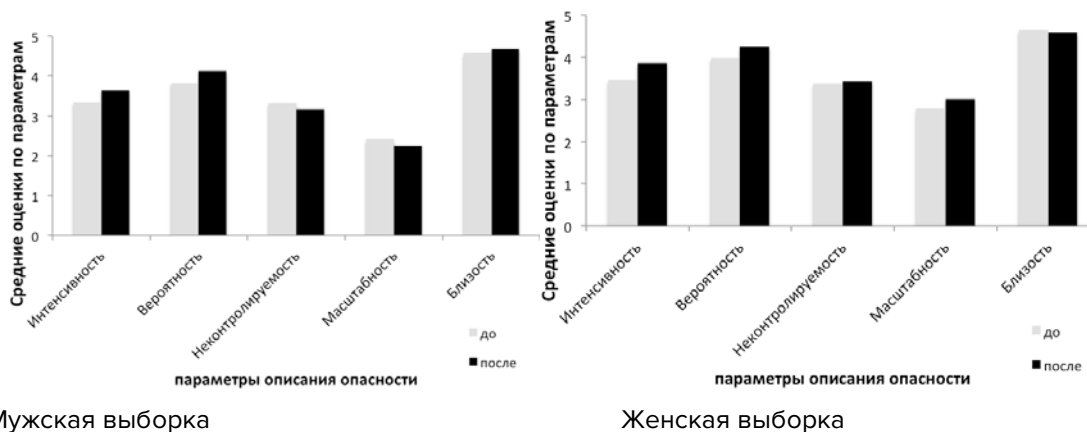
## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента



**Рис. 2.** Количество ситуаций с изменившимися оценками по 5 параметрам описания опасности в группах мужчин и женщин

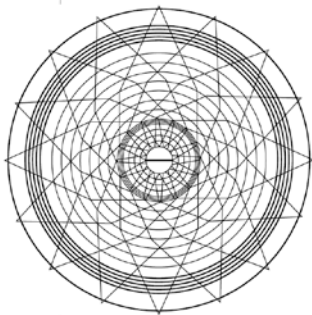


Мужская выборка

Женская выборка

**Рис. 3.** Изменения средних значений по 5 параметрам описания опасности после специально организованного просмотра новостного контента в мужской и женской выборках.

**Вывод:** влияние новостных сообщений, содержащих информацию об опасностях, наряду с общими проявлениями, такими как повышение ситуативной тревожности и увеличение субъективной вероятности возникновения ряда опасных ситуаций, имеет некоторые характерные особенности в женской и мужской аудитории. Просмотр новостного контента сильнее трансформирует представление об опасности у женщин, чем у мужчин. Полученная информация создает у мужчин ощущения увеличения возможности контролировать опасности, у женщин такого эффекта не наблюдается.



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

### Заключение

Если принять во внимание полученные результаты о воздействии информации об опасности на мужчин и женщин, то можно разработать ряд рекомендаций для подготовки новостных сюжетов об угрожающих событиях. Таких, как ограниченность использования крупных планов при показе последствий катастроф, так как крупный план уменьшает психологическую дистанцию от происходящего на экране. Визуализацию события лучше предварять вербальной интерпретацией, показывающей возможные пути защиты от опасности или совладания с ней. После катастрофических событий на второй-третий день показывать реакцию сообщества на произошедшие события – поддержку и помощь, которые люди оказывают друг другу. В комплексе эти меры могут ослабить эффект возрастания субъективного уровня опасности у женщин при просмотре новостных передач.

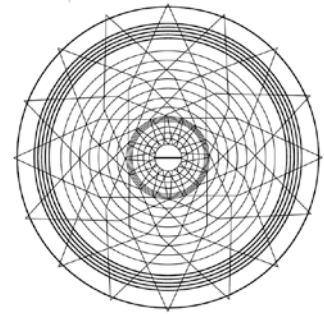
### REFERENCES:

- Ильин Е.П. *Психофизиология состояний человека*. СПб.: Питер, 2012. 412 с.
- Лаврова Е.В., Матвеева Л.В. Исследование трансформаций представления об опасности под влиянием СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*. 2011. №4. С. 66 – 75.
- Лаврова Е. В., Матвеева Л. В. Содержание новостного дискурса и представление человека об опасности. *Психологический журнал*. 2016. Т. 37, № 4. С. 5–20.
- Chiricos T., Padgett K., Gertz M. Fear, TV news, and the reality of crime. *Criminology*. 2006, 38 (3). P. 755-786.
- Harris C., Jenkins M. Gender Differences in Risk Assessment: Why do Women Take Fewer Risks than Men? *Judgment and Decision Making*. 2006. V. 1. № 1. P. 48–63.
- Johnston W.M., Davey G.C. The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. *British Journ. of Psychology*. 1997. Vol. 88. № 1. P. 85–91.
- López R. Gender-specific effects of trait anxiety on the cardiac defense response. *Personality and Individual Differences*. 2016. Т. 96. P. 243-247.
- Marin M.F Julie-Katia Morin-Major J.K., Schramek T.E., Beaupré A., Perna A., Juste R., Lupien S.J. There is no news like bad news: Women are more remembering and stress reactive after reading real negative news than men. *PLoS ONE*. 2012. № 7(10). P. 1-8.
- Oliver M.B., Kim J., Sanders M.S. Personality. *Psychology of entertainment*. N.J.: Erlbaum, 2006. P. 329-341.
- Oliver M.B., Krakowiak K.M. Individual differences in media effects. *Media Effects: Advances in theory and research* / eds. J. Bryant, M.B. Oliver. N. Y.: Routledge, 2009. P. 517-531.
- Weitzer R., Kubrin C.E. Breaking news: how local TV news and real-world conditions affect fear of crime. *Justice Quarterly*. 2004. Vol. 21. № 3. P. 497-520.

## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской  
и женской аудитории под влиянием новостного  
телевизионного контента*



## THE SHIFT OF A CONCEPT OF DANGER AMONG MEN AND WOMEN AUDIENCE AS THE IMPACT OF NEWS TV-CONTENT

**Lavrova E.**

Institute of Psychology, Russian Academy of Education  
[may\\_day@list.ru](mailto:may_day@list.ru)

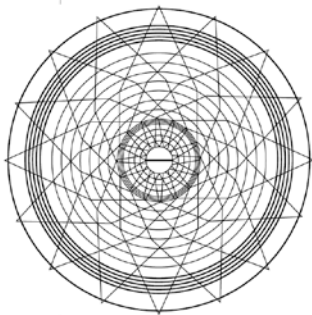
**Matveeva L.**

Dr., Professor, Lomonosov Moscow State University  
[matveeva-com@yandex.ru](mailto:matveeva-com@yandex.ru)

**Abstract:**

The article describes a study of the impact of news programs on the perception of danger in men and women. It is shown that situational anxiety after watching news programs increases regardless of sex, but cognitive assessment of situations varies in men and women in different ways. For men, after watching the news, dangerous situations of an ordinary type seem less large-scale, less intensive and more controlled, and situations of a catastrophic type, on the contrary, are more probable, more intense and less controlled. In the women's sample, different situations: both everyday and catastrophic types begin to be perceived as more intense and probable.

**Keywords:** television, news, concept of the danger



## [Научные статьи]

Лаврова Е. В., Матвеева Л. В.

*Изменения представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента*

### REFERENCES:

- Chiricos T., Padgett K., Gertz M. Fear, TV news, and the reality of crime. *Criminology*. 2006, 38 (3). P. 755-786.
- Harris C., Jenkins M. Gender Differences in Risk Assessment: Why do Women Take Fewer Risks than Men? *Judgment and Decision Making*. 2006. V. 1. N° 1. P. 48–63.
- Il'in E.P. *Psikhofiziologiya sostoyaniy cheloveka*. SPb.: Piter, 2012. 412 P.
- Johnston W.M., Davey G.C. The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. *British Journ. of Psychology*. 1997. Vol. 88. N° 1. P. 85–91.
- Lavrova E.V., Matveeva L.V. *Issledovanie transformatsiy predstavleniya ob opasnosti pod vliyaniem SMI. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya*. 2011. N°4. S. 66 – 75.
- Lavrova E. V., Matveeva L. V. *Soderzhanie novostnogo diskursa i predstavlenie cheloveka ob opasnosti. Psikhologicheskiy zhurnal*. 2016. T. 37, N° 4. S. 5–20.
- López R. Gender-specific effects of trait anxiety on the cardiac defense response. *Personality and Individual Differences*. 2016. T. 96. P. 243-247.
- Marin M.F Julie-Katia Morin-Major J.K., Schramek T.E., Beaupré A., Perna A., Juste R., Lupien S.J. There is no news like bad news: Women are more remembering and stress reactive after reading real negative news than men. *PLoS ONE*. 2012. N° 7(10). P. 1-8.
- Oliver M.B., Kim J., Sanders M.S. Personality. *Psychology of entertainment*. N.J.: Erlbaum, 2006. P. 329-341.
- Oliver M.B., Krakowiak K.M. Individual differences in media effects. *Media Effects: Advances in theory and research* / eds. J. Bryant, M.B. Oliver. N. Y.: Routledge, 2009. P. 517-531.
- Weitzer R., Kubrin C.E. Breaking news: how local TV news and real-world conditions affect fear of crime. *Justice Quarterly*. 2004. Vol. 21. N° 3. P. 497-520.