

Секция «Психология личности: вызовы сложности, неопределенности и разнообразия»

Личностные черты избирателей разного возраста, сопряжённые с их отношением к обману

Научный руководитель – Крюкова Татьяна Леонидовна

Бородулина Софья Владимировна

Студент (бакалавр)

Костромской государственной университет, Кострома, Россия

E-mail: Djon_Snoy@mail.ru

На современном этапе развития науки и общества в эпоху постправды наблюдается возрастание интереса к теме психология обмана [5, 3]. Менее изученной является проблема обмана в политической сфере [1]. В данном контексте обман исследуется с точки зрения личности лжеца, в то время как особенности формирования отношения к обману в сопряжённости с различными личностными характеристиками остаются практически без внимания.

Проблемный вопрос: могут ли личностные черты избирателей разного возраста быть предикторами их отношения к обману в социально-политическом контексте?

В качестве предикторов формирования отношения к обману были выбраны такие особенности как интернальность, макиавеллизм, суггестивность [4, 2, 3]. Также изучалось отношение к различным видам лжи [6]. Выбор именно этих личностных черт обоснован теоретическим анализом факторов, влияющих на отношение к обману: показатели интернальности характеризуют принятие или непринятие человеком ответственности при восприятии ложного сообщения, уровень макиавеллизма определяет степень доверия к сообщению, суггестивность связана с общей восприимчивостью к информации извне.

Ближайшим политическим событием, содержащим элементы обмана, является голосование по поправкам в Конституцию РФ, которое проходило в 2020 году. Обман был выявлен при сопоставлении сравнительной таблицы действующей Конституции РФ с учетом вносимых поправок к Конституции РФ и информационных материалов (брошюр), взятых с официального сайта Государственной Думы РФ. В указанной брошюре была предоставлена неполная информация относительно вносимых поправок. Исследование проходило в контексте данного события.

Цель: выявить, сопряжены ли личностные особенности / черты избирателей разного возраста с их отношением к обману.

Метод. В исследовании добровольно приняли участие 20 мужчин в возрасте от 20 до 40 лет ($m=26,9$; $SD=4,99$) и 38 женщин от 18 до 40 лет ($m=24,32$; $SD=5,47$). 34 человека в периоде ранней зрелости ($m=20,6$; $SD=1,3$) и 24 человека в периоде зрелости ($m=31,8$; $SD=3,5$). Большинство имеет высшее образование или обучается в вузе, проживает в Центральном регионе РФ. Основные методы: методика диагностики локализации контроля личности (Ксенофонтова, 1999); методика «Внушаемость» (Деларю, Клаучек, 1997); шкала макиавеллизма личности МАСН-IV (Знаков, 2000); опросники «Виды лжи» и «Отношение ко лжи» (Шкуратова, 2007) [5, 4, 2, 7].

Результаты. Оказалось, что, в целом, избиратели разного возраста демонстрируют различия в сопряжённости личностных черт с отношением к обману ($p<0,05$). 1. Кроме того, общее отношение респондентов к агитационной рекламе, информационным материалам, предоставляемым на избирательных участках, а также непосредственно к голосованию оценивается, скорее, как негативное. 2. У мужчин и женщин наблюдаются различия в отношении к информационным материалам по поправкам в Конституцию РФ - женщины

более открыто выражают негативное отношение к обману ($p < 0,05$); 3.Связи между частотой просмотра политических телепередач с отношением к обману в рамках информирования о поправках в Конституцию РФ не выявлено - это может быть связано с общим низким интересом к политическим передачам среди респондентов. 4.У молодых взрослых выражены следующие значимые предикторы отношения к обману в рамках социально-политического контекста: «процессуально-профессиональный аспект интернальности» в отношении к рекламе ($R^2=0,443$; $p=0,024$) - информация воспринимается как ложная при её несовпадении с накопленными компетенциями в той профессиональной сфере, которую затрагивают материалы рекламы; «интернальность в сфере здоровья» ($R^2=0,444$; $p=0,002$), «профессионально-социальный аспект интернальности» ($R^2=0,526$; $p=0,029$) в отношении к информационным материалам, предоставляемым на избирательных участках, - негативное отношение к материалам формируется при восприятии перемен как угрозы, а также при несамостоятельном поиске информации 5.У респондентов периода зрелости выражены следующие значимые предикторы отношения к обману: в отношении к рекламе «ложь во благо» ($R^2=0,470$; $p=0,000$) - отношение к рекламе формируется с учётом собственной склонности к сокрытию истинной информации из опасения навредить окружающим, «интернальность в профессиональной деятельности» ($R^2=0,624$; $p=0,000$) - отношение к рекламе зависит от опосредованности результата собственными действиями, «мотивы лжи» ($R^2=0,747$; $p=0,005$) - отношение к рекламе зависит от собственной мотивированности использования ложной информации; «отношение ко лжи-сплетне» ($R^2=0,483$; $p=0,036$) и «интернальность в профессиональной деятельности» ($R^2=0,581$; $p=0,043$) в отношении к информационным материалам, предоставляемым на избирательных участках, - негативное отношение к обману формируется при неприятии ответственности за полученные результаты и недостаточной ознакомленности избирателей с представителями власти; «отношение ко лжи-сплетне» ($R^2=0,515$; $p=0,003$) в отношении к голосованию проявляется в умении анализировать информацию и делать вывод о её истинности.

Личностные черты, являющиеся предикторами отношения к обману, различны у избирателей разного возраста: в период зрелости наблюдается большая ригидность предикции отношения к обману по сравнению с ранней взрослостью, большее значение имеет субъективное отношение респондента к неистинной информации и прослеживается большая связь интернальности с профессиональной сферой.

Источники и литература

- 1) Гарифуллин Р.Р. Иллюзионизм личности как новая философско-психологическая концепция: Психология обмана, манипуляций, кодирования. – Йошкар-Ола: Книга и К, 1997. – 404 с.
- 2) Знаков В.В. Макиавеллизм и феномен вранья // Вопросы психологии. – 1999. – №6. – С. 59-69.
- 3) Знаков В.В. Психология возможного: Новое направление исследований понимания. 2-е изд., испр. и доп. – М.: «Институт психологии РАН», 2021.
- 4) Клаучек С.В. Разработка скринингового метода для выявления склонности к развитию индуцированных состояний / С.В. Клаучек, В.В. Деларю // Психологический журнал. – 1977. – Т. 18. – № 2. – С. 123-128.
- 5) Ксенофонтова Е. Г. Исследование локализации контроля личности — новая версия методики «Уровень субъективного контроля» // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20. – № 2. – С. 103–114.

- 6) Черкасова Ю.В. Особенности социально-психологической объективизации лжи субъектов будущей деятельности на основе ее детекции: дис. канд. психол. наук – М. : МГУ, 2009.– 248 с.
- 7) Шкуратова И. П. Отношение студентов к разным видам своей и чужой лжи / Индивидуальные различия в познании и общении. – Ростов-на-Дону: Антей, 2007. – С. 266-284.