

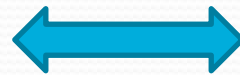
Семестровое задание по практикуму по общей психологии

Выполнил: Коваленко Анастасия,

ПЛО-13

Психологический эксперимент — проводимый в специальных условиях опыт для получения новых научных знаний о психологии посредством целенаправленного вмешательства исследователя в жизнедеятельность испытуемого.

Независимая
переменная



Зависимая
переменная



в эксперименте переменная, которая намеренно манипулируется или выбирается экспериментатором с целью выяснить её влияние на зависимую переменную.



измеряемая переменная, изменения которой связывают с изменениями независимой переменной.

Побочные переменные

- переменные, которые порождают систематическое смещение, ведущее к появлению ненадежных данных (фактор времени, фактор задачи, индивидуальные особенности испытуемых)

Систематическое смещение



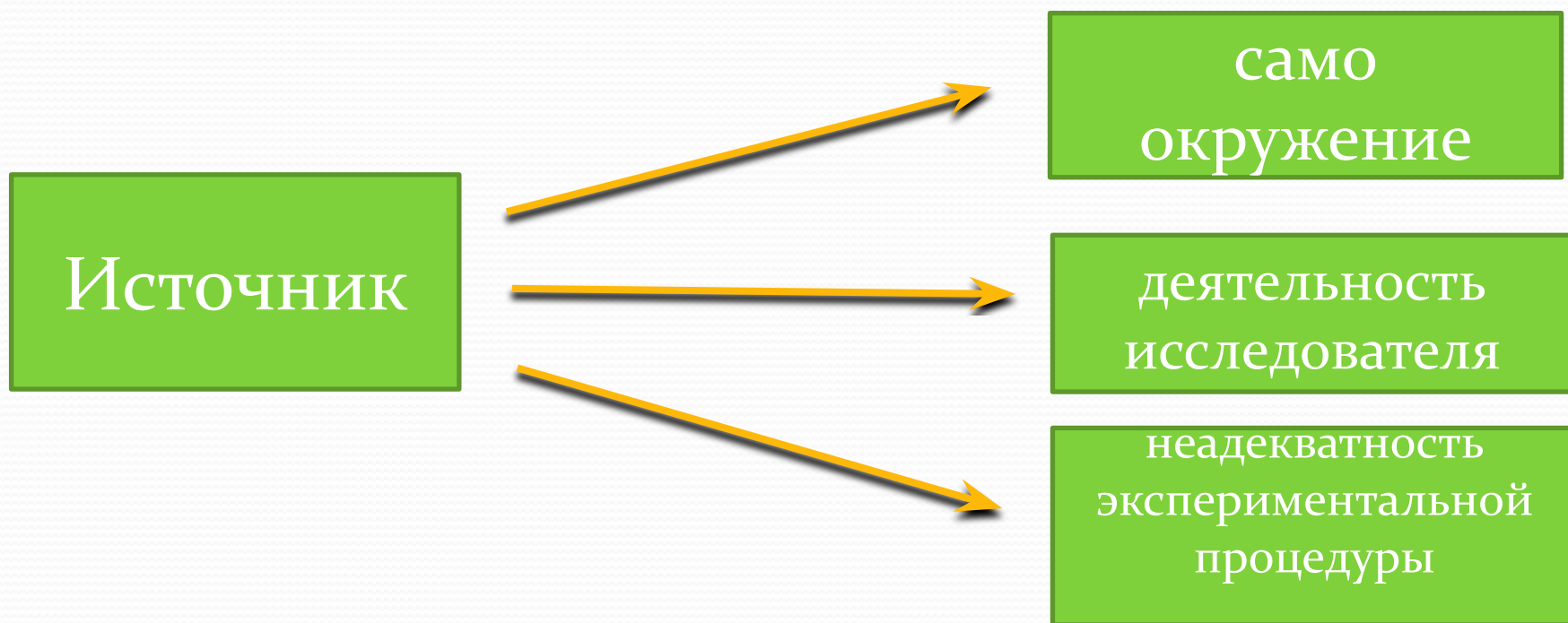
постоянное сопровождение
независимой переменной
некоторыми побочными
переменными.

Несистематическое смещение



нерегулярное вмешательство
побочных переменных в
исследуемую зависимость

Артефакты - это экспериментальный недостоверный результат, который возникает из-за отклонений в проведении исследования или дефектов используемых методик.



- **Психологические эффекты** (*социально-психологические эффекты*) - стабильно и легко обнаруживаемые закономерности, отражающие межличностные характеристики отношений людей в социуме и раскрывающие особенности тех процессов, которые отражают параметры их общения и взаимодействия.
- **Психологические эффекты** – это часто повторяющиеся явления, возникающие во время общения людей и взаимодействия человека с обществом.

1. «Эффект Р. Зайонца» («Эффект аудитории» или «Эффект социальной фасилитации»)

Тезис: Присутствие любого внешнего наблюдателя, в частности, экспериментатора и ассистента, изменяет поведение человека, выполняющего ту или иную работу.

Зайонц установил, что во время учебы присутствие зрителей смущает испытуемых и снижает результативные показатели. Когда же деятельность усвоена и сводится к простому физическому усилию, тогда результат улучшается.



Зависимости эффекта аудитории:

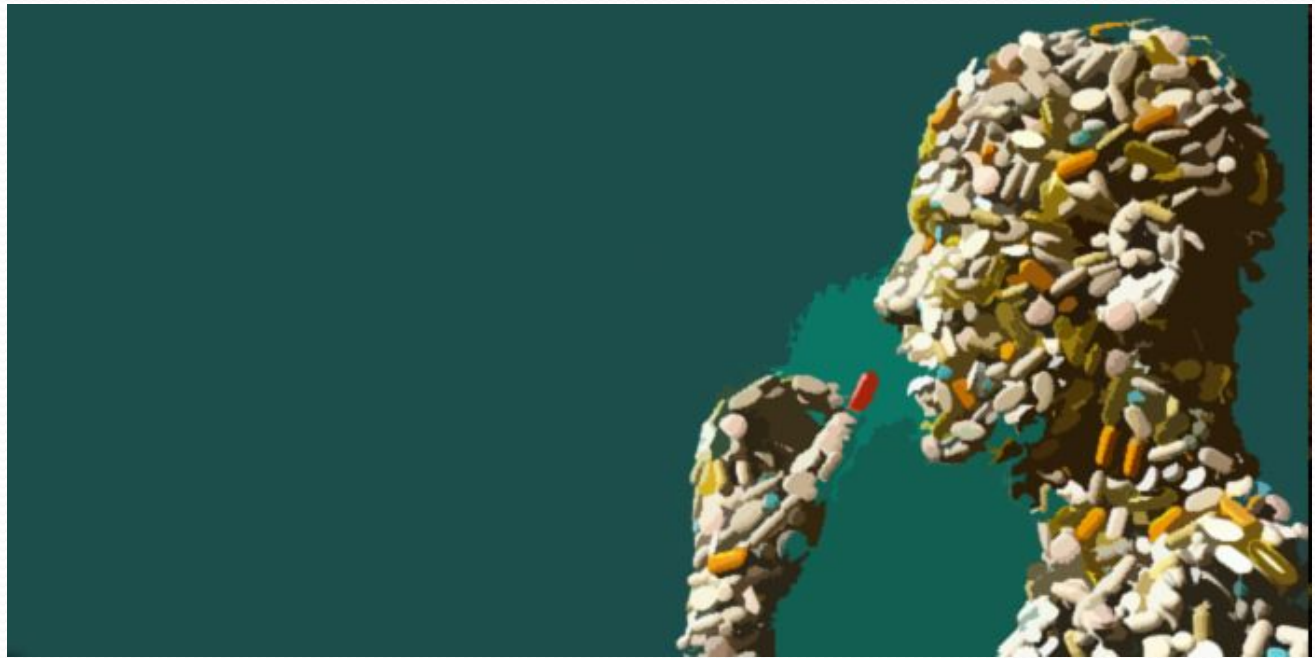
- Влияние оказывает не любой наблюдатель, а лишь компетентный и авторитетный для исполнителя, который может дать ему оценку.
- Влияние тем больше, чем сложнее задача.
- Соревновательная и совместная деятельность, увеличение количества наблюдателей усиливает эффект аудитории .
- Тревожные исследуемые при выполнении сложных и новых заданий, требующих интеллектуальных усилий, переживают больше трудностей, чем эмоционально стабильные личности.
- Действие эффекта Зайонца подчиняется закону оптимума активации Йеркса-Додсона: присутствие внешнего наблюдателя (экспериментатора) повышает мотивацию испытуемого;

2. «Эффект плацебо»

- Целенаправленное или неосознанное внушение экспериментатором, что определенный фактор должен привести к желаемому результату.

Генри Битчер

- американский врач, который в 1955 г. ввёл в научный оборот термин «эффект плацебо».



В медицине плацебо (лат. *placere* — нравиться) означает препарат, у которого нет лечебных свойств («фальшивые лекарства»).

3. Эффект Пигмалиона (или эффект Розенталя)

- Экспериментатор, который твердо верит в гипотезу или надежность информации, неосознанно действует таким образом, чтобы получить соответствующие результаты, подтверждающие гипотезу = «эффект предвзятости экспериментатора».

В эксперименте Р. Розенталя участникам поручали провести определенную работу с популяцией крыс, а именно **следить** за их поведением в лабиринте. В одном случае участнику говорили, что крыса «умная», а в другом — что «глупая». В результате были получены данные, которые это подтвердили.

Оказалось, что когда участник работал с «умной» крысой, он был с ней более мягким, поглаживал ее, поэтому создавал дополнительные положительные подкрепления для выполнения задания.



Причины:

- Ожидания экспериментатора определяют характер полученных им данных.
- Осознание экспериментатором своей собственной склонности находить ожидаемые данные может привести к противоположному эффекту: искать предвзято только те данные, которые противоречат гипотезе, чтобы не казаться предвзятым.
- Экспериментаторы, которые в начале исследования получают очень «хорошие» данные, пытаются дальнейшие данные еще больше улучшить, те же экспериментаторы, которые изначально получают «плохие» данные, в дальнейшем их самопроизвольно ухудшают.
- Эффект предвзятости экспериментатора проявляется в том, что он нечаянно выбирает данные («фальсифицирует» их) или делает подсказки испытуемым. Он просто неосознанно образом (вербально или имплицитно поведением) поддерживает именно те действия испытуемых, которые подтверждают гипотезу.

- Предвзятость экспериментатора отражается в интонации, а также визуально, если он и исследуемый работают вместе и видят друг друга во время эксперимента.
- Эффект предвзятости больше проявляется у тех исследователей, которые стремятся к поддержке, активно жестикулируют, по-дружески и с интересом относятся к испытуемым.
- Этот эффект усиливается, когда экспериментатор и испытуемый знают друг друга.
- Экспериментаторы-женщины больше склонны к предвзятости, чем мужчины.

4. «Эффект первого впечатления» или «эффект первичности»

Мнение о человеке, которое сформировалось у субъекта в первые минуты при первой встрече влияет на дальнейшую оценку деятельности и личности этого человека.

Этот эффект позволяет выносить быстрое и обобщенное впечатление о вновь встреченном человеке и использовать это впечатление для построения дальнейшего общения. Первое впечатление может формироваться субъектом намеренно или непроизвольно. Факторами этого впечатления могут выступать особенности внешнего облика и поведения человека, о котором субъект формирует мнение. Первое впечатление зависит в большой степени и от личностных особенностей самого воспринимающего субъекта и поэтому может быть более обобщённым или конкретным, исчерпывающим или поверхностным, доброжелательным или негативным

5. «Эффект

последовательности» или «эффект порядка»

- влияние одного из условий эксперимента на следующее за ним.

2. Эффект порядка

При поступлении противоречивой информации (проверить которую не можем) мы склонны отдавать предпочтение той, что поступила первой.

При поступлении непротиворечивой информации мы отдаем предпочтение той, что поступила последней.