



УДК 316.775.2

Личность телекоммуникатора в телевизионном общении

Т. Я. Аникеева

Московский государственный университет, г. Москва

E-mail: Anikeeva-07@mail.ru

Аннотация. В статье приводится описание личностных особенностей телекоммуникатора как создателя телевизионных сообщений и активного субъекта телевизионного взаимодействия со зрителем. Приводятся результаты исследования личностных особенностей создателей телевизионных сообщений, проведенного с применением психодиагностического метода. Дано описание психологического анализа базовых характеристик личности телекоммуникатора как организатора и лидера направленного информационного воздействия.

Ключевые слова: телекоммуникационная деятельность, личностные особенности телекоммуникатора, тестовые психодиагностические методы, личностный профиль.

В настоящее время неоспоримым является факт перехода современного общества на новый информационный уровень цивилизационного развития. На этом этапе переизбыток информации сочетается с перманентной необходимостью осуществления каждым индивидом самых разнообразных выборов (ситуационно-поведенческих, коммуникативных, личностно-смысловых, духовно-нравственных и т. д.). Можно говорить о возникновении «многомерного человека» [3] как нового типа личности. В то же время почти непременным условием существования на этом этапе является погруженность человека в пространство медийной культуры, где наблюдается преобладание идеи гедонизма, насыщенность зрелищными провокациями и эксплуатация базовых инстинктов с целью поддержания индустрии развлечений. О телевидении как элементе медийной культуры можно говорить как о «мощнейшем идеологическом оружии, направленно воздействующем на эмоционально-нравственные и психофизические стороны личности зрителя» [2]. В связи с этим актуальной является задача изучения личности активных субъектов телевизионной коммуникации, организующих для телевизионной аудитории направленность данного воздействия.

Для решения этой задачи было проведено исследование базовых критериев, определяющих структуру личностных особенностей субъектов телекоммуникационной деятельности. Было проведено психологическое тестирование активных субъектов телекоммуникационной деятельности, участвующих в процессе создания телесообщения (всего 58 человек – телевизионные ведущие, дикторы, редакторы, режиссеры, корреспонденты,

аналитики), с применением компьютерных вариантов психодиагностических методик 17ЛФ, МИС, IDS [1; 4; 7]. Далее результаты тестирования испытуемых были подвергнуты факторному анализу (программа статистической обработки данных SPSS) и дальнейшей интерпретации с целью выявления базовых «суперфакторов», определяющих структуру личностных особенностей субъектов телекоммуникационной деятельности.

В результате факторного анализа было выделено 3 базовых фактора, объясняющих 57,2 % общей дисперсии данных.

Первый фактор объясняет 28,2 % дисперсии данных и включает следующие тестовые шкалы: А, Е, С, Н, Q1, Q3, SD, QI, QII, QIV (17ЛФ), M2, M3, M5 (МИС) на одном полюсе и шкалы I, L, N, O, Q2, Q4, QII, (17ЛФ), M8 (МИС) на противоположном полюсе. Данный базовый «суперфактор» содержит такие характеристики личности, как сила «эго», эмоциональная устойчивость, социальная смелость, радикализм, стремление выглядеть как можно лучше, коммуникабельность, самоконтроль, самоуверенность, саморуководство (самостоятельный выбор жизненных целей и ориентиров), самооценność (представление о ценности собственной личности, духовности, любовь к себе) – на одном полюсе и на другом полюсе – уверенность в себе (неуверенность, обидчивость, чувство собственной неполноценности), внутренняя конфликтность, шкала Q4 теста 17ЛФ (напряженность, усталость, внутренняя нереализованность), доверительность по отношению к социуму (подозрительность, завистливость), независимость, самодостаточность (способность переносить одиночество), рациональность (сензитивность, сентиментальность), социальный интеллект (проницательность, расчетливость, искусственность), внутренняя конфликтность (низкая самооценка, отсутствие уважения к себе), самообвинение (отсутствие симпатии к себе и самооправдания). Таким образом, один полюс фактора содержит качества, описывающие личностное и социальное благополучие индивида, а другой полюс – качества, свидетельствующие о наличии у него личностных проблем и предрасположенности к социальной конфликтности. Данный фактор может быть проинтерпретирован как *позитивная/негативная установка самосознания*.

Второй фактор объясняет 17,2 % дисперсии данных и включает следующие тестовые шкалы и параметры тестовых результатов: I5, инициирование, коммуникация, продуктивность, интеграция, представительство (общее), SD (ИДС), M1 (МИС) на одном полюсе фактора и I1, I2 (ИДС) – на противоположном полюсе фактора. Данный базовый «суперфактор» содержит такие характеристики личности, как влияние на групповую деятельность, стремление и способность к взаимопониманию в процессе работы, обсуждение процесса работы с коллегами, выбор творческих нестандартных решений, гибкость, активность, способность прилагать усилия для достижения цели и достигать результата, распределение обязанностей, делегирование полномочий, способность к защите интересов дела, стремление продемонстрировать положительный результат деятельности, отсутствие рефлексии и самокритичности, закрытость для осознания

внутренних проблем – на одном полюсе и на другом полюсе – склонность к консерватизму, стабильности деятельности, ригидность, стремление к тем или иным гарантиям, незаинтересованность, пассивность, безответственность, работа ради выгоды. Таким образом, один полюс фактора содержит качества, описывающие человека, погруженного в творческую деятельность, живущего «ради работы», находящегося в «потоке» (по определению М. Чиксентмихайи [6]). То есть этот полюс фактора характеризует личность творческую, стремящуюся к самоотдаче и самореализации. Другой полюс фактора характеризует человека, внутренне отстраненного от своей работы, работающего ради выгоды, материального или социального благополучия, то есть человека, стремящегося к потреблению, накоплению и находящемуся в состоянии личностного «застоя». Обобщая содержание полюсов фактора, можно сказать, что данный фактор описывает личность, стремящуюся к нахождению в состоянии «быть» (положительный полюс), в отличие от состояния «иметь» (отрицательный полюс), по Э. Фромму [5]. Используя емкую метафору Э. Фромма, фактор можно проинтерпретировать как «иметь или быть» или же *самореализация личности / функционирование в рамках готовых схем.*

Третий фактор объясняет 11,8 % дисперсии данных и включает следующие тестовые шкалы: G (17ЛФ), I4, доминирование, организация, представительство (личное) (ИДС) на одном полюсе фактора и F (17ЛФ), I3, участие (ИДС), M6 (МИС) на противоположном полюсе фактора. Данный базовый «суперфактор» содержит такие характеристики личности, как способность подавлять действия других, способность быть жестким и требовательным по отношению к коллегам и подчиненным, осуществлять контроль и давление, способность к усилению кооперации в коллективе и одновременно к снижению конкуренции, совестливость, моралистичность, склонность к выполнению общественных предписаний, способность защищать интересы группы, совпадающие с личными интересами – на одном полюсе и на другом полюсе – гуманность по отношению к коллегам и подчиненным, мягкость, склонность полностью доверять коллегам и подчиненным (вплоть до попустительства) при выполнении совместной деятельности, склонность к слиянию с группой, способность проявлять коллегиальность, преобладание положительных эмоций, самопринятие. Таким образом, один полюс фактора характеризует человека, выступающего с позиции «я знаю, как надо, и отвечаю за реализацию этого; я несу ответственность за то, что происходит в моем социальном окружении». Другой полюс фактора характеризует человека, выступающего с позиции «другие, общество лучше знают то, как надо, и я полностью полагаюсь на них, делегирую свою ответственность социуму». Фактор можно проинтерпретировать как *социальная активность, ответственность / социальная пассивность, безответственность.*

Полученные в результате факторного анализа базовые характеристики, лежащие в основе личностных особенностей телекоммуникаторов, позволяют соотнести их со смысловым уровнем личности. Смысловой уро-

вень личности определяет особенности ее инструментального уровня, который представлен выявляемыми психодиагностическим методом личностными чертами, качествами и свойствами. При этом тот факт, что значения испытуемых, более успешных в профессиональном плане, расположены в обеих полуплоскостях факторного пространства, свидетельствует о том, что на профессиональную успешность телекоммуникатора не оказывает влияния установка самосознания, а также модальность сложившегося «образа Я».

Полученные результаты позволяют характеризовать творческую деятельность телекоммуникатора как создающую условия и способствующую самореализации ее субъектов в творческом процессе. Важно, что в качестве мотивационной основы самопрезентации личности в телевизионном эфире заложено стремление предьявить обществу свою личностную позицию, свое отношение к происходящему и тем самым повлиять на происходящие в социуме процессы. Можно утверждать, что личностные особенности телекоммуникатора являются тем необходимым условием, которое определяет предьявление зрителям собственной позиции в любом телесообщении (независимо от жанра), – собственного отношения, точки зрения на сообщаемую информацию. Для субъектов телекоммуникационной деятельности, работающих в эфире, это означает наличие богатого коммуникативного репертуара, владение разнообразными средствами самовыражения. Для субъектов телекоммуникационной деятельности, занятых подготовкой телесообщений к эфиру, это означает выбор соответствующих телевизионных средств когнитивного плана (выбор темы, определение последовательности сюжетов, сопоставления точек зрения собеседников), аффективного плана (выбор режиссерского решения в передаче эмоциональной составляющей телесообщения, темпо-ритмовых компонентов воздействия, выбор планов и их чередование, выбор музыки), поведенческого (степень и направленность активности участников телесообщения) и экологического плана (организация пространства студии, дизайн, расположение людей в кадре по отношению друг к другу).

В целом личностные особенности активных субъектов телекоммуникационной деятельности не только позволяют им проявлять лидерские качества как в реализации коммуникативного процесса, так и в творческой деятельности в целом, но и фактически «стимулируют» реализацию ими лидерской позиции в общении со зрителем. Это повышает ответственность телекоммуникаторов за результаты и последствия воздействия на зрителей создаваемых ими телевизионных сообщений, а для зрителей создает необходимость формирования и развития собственной рефлексивной позиции по отношению к современным телевизионным (и в целом медийным) продуктам.

Список литературы

1. Гребенюк Г. А. Диагностика менеджерского стиля с помощью компьютерной игры и тест-опросника / Г. А. Гребенюк, А. Г. Шмелев // Вестн. МГУ. – Сер. 14, Психология. – 1994. – № 2. – С. 59–66.

2. Грозовский В. Телевидение, дети и православная семья / В. Грозовский. – СПб. : САТИСЪ, 2006. – 30 с.

3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс ; пер с англ. ; под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

4. Пантилеев С. Р. Методика исследования самоотношения / С. Р. Пантилеев. – М. : Смысл, 1993. – 32 с.

5. Фромм Э. Иметь или быть (1976) / Э. Фромм ; пер. Э. М. Телятниковой. – М. : Астрель, 2010. – 448 с.

6. Чиксентмихайи Михай. В поисках потока. Психология включенности в повседневность / М. Чиксентмихайи. – М. : Альпина нон-фикшн, 2011. – 194 с.

7. Шмелев А. Г. Адаптация опросника Кэттелла 16 PF форма А / А. Г. Шмелев, В. И. Похилько, А. С. Соловейчик // Практикум по психодиагностике. Психодиагностические материалы. – М. : МГУ, 1988. – С. 17–42.

Telecommunicator's Personality in Broadcast Communication

T. Y. Anikeeva

Abstract. The article describes personality traits of a telecommunicator, who is a broadcast messages creator and an active subject of communicating with TV audience. It offers the results of analysis of personality traits of a telecommunicator, carried out on the basis of psychognostic method. The author describes the analysis of main personality traits of a telecommunicator as a manager and leader of the targeted information influence.

Keywords: telecommunication, personality traits of a telecommunicator, psychognostic methods, trait profile.

*Аникеева Татьяна Яковлевна
кандидат психологических наук
старший научный сотрудник
Московский государственный университет
125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 11,
стр. 9
e-mail: Anikeeva-07@mail.ru*

*Anikeeva Tatiana Yakovleva
Candidate of Sciences (Psychology)
Senior Scientist
Moscow State University
9–11, Mokhovaya st., Moscow, 125009
e-mail: Anikeeva-07@mail.ru*