

ВЛИЯНИЕ НА ЛИЧНОСТНИТЕ ОСОБЕНОСТИ ВЪРХУ ВЪЗПРИЕМАНЕ НА АКТУАЛНАТА И МЕДИЙНАТА РЕАЛНОСТ

Ергюл Таир

The aim of this study was to explore the role of the personal optimism/negative expectations, anxiety, and aggressiveness in the process of perceiving the actual and the media portrayed reality. For that purpose a sample of 461 persons was tested and no significant differences were found between the perceptions of these two types of realities. However, there are differences in the perceptions of reality according to the various personal characteristics. On the one hand, the results concerning the aggressiveness are manifold and can be a basis for diverse interpretations. On the other hand, personal pessimism and high anxiety contribute to the formation of mostly negative perceptions of reality.

Редица проучвания констатираат влиянието на медиите върху възприемането на реалността (Gerbner & Gross, 1976, 1994; Hawkins & Pingree, 1982; Hawkins, Pingree, & Adler, 1987; Morgan & Shanahan, 1996). Средствата за масово осведомяване участват в социализацията на индивида както по отношение на придобиване, поддържане, така и по отношение промяна на социалните вярвания, нагласи и ценности. Те са в основата на индивидуалното разбиране на света и бяха обект на разглеждане в предходната статия (вж. Таир, 2005).

Продължителното гледане на телевизия се вижда като „култивиращо“ атитюдите, които се съдържат повече в света на телевизионните програми, отколкото в ежедневието (Gerbner et al., 1994). Според Бърковиц често изложените на медийно насилие хора са склонни да вярват, че насилието е по-разпространено (отколкото то е в действителност) в техния социален свят, защото нямат възможност за достъп до друга, противоречаща информация (Berkowitz, 1984).

Личността изгражда представите си за реалността, като използва информацията както от непосредствения си житейски опит, така и от средствата за масово осведомяване. Има основания да приемем, че личностните особености ще оказват съществено влияние при възприемане картината за

света. Три теоретични перспективи се опитват да обяснят различията, които се проявяват при социалната перцепция, дължащи се на личностните характеристики: 1) медийните предпочитания се определят в широки граници в зависимост от личностните характеристики на зрителите; 2) честото излагане на медийни въздействия изменя социалните перцепции и личността в съответствие с медийните излъчвания; 3) причините за това може да се крият във взаимодействието между излагането на медийни излъчвания, социалните перцепции и личността (Hansen & Hansen, 1991).

Ако предпочитанията към медиите се ръководят от съществуващите личностни различия, хората могат да се ориентират към определено съдържание, защото някои негови аспекти са съвместими с техните перцепции на социалната реалност. Редица изследвания подкрепят твърдението, че хората предпочитат да се излагат на стимули, които са съвместими с техните нагласи и са привлечени от съдържания, интерпретации на събития, които подкрепят техния възглед за социалната реалност (Hansen & Hansen, 1991). Това подкрепя и често изказваното мнение, че медиите отговарят на желанията на своите потребители и им дават това, което те желаят.

В изследвания, основаващи се на съвременните теории за социалните когнитии, се извежда друга насока, при която медиите оформят потребителите си. Съгласно тази перспектива, колкото по-продължително личността е изложена на различните категории на социална информация (като бедствия, насилие и др.), толкова по-постоянно представените категории ще се появяват (присъстват) в дълготрайната памет и ще бъдат по-вероятни за употреба при интерпретация на социалната реалност (Bargh, 1984; Bargh, et al., 1986; Hansen & Hansen, 1988). Честото излагане създава „хронична достъпност“ на категориите на социалната информация (Bargh, 1984), които след това насочват социалните решения и нагласи на личността (Fazio, 1989).

По този начин постоянното излагане на съдържание, което има насилствен характер например, ще провокира такива мисли и събития, които ще станат по-достъпни в паметта. Чрез честата употреба на тези информационни категории, нагласата и личността на лицата може да стане по-насилствена и антисоциална. Същевременно този модел на излагане и когнития ще повлияе върху перцепциите на личността за реалността и за по-широкото присъствие на насилието в общността, водещо и до надценяване на неговото присъствие (Bargh, 1984; Tversky & Kahneman, 1982). Или с други думи, социалните перцепции и личността на тези хора се приспособява (нагажда) към представеното съдържание. Откритията от различни изследвания представят възможността на медиите да увеличават достъпността на агресивните конструкти за зрителите (Bushman & Geen, 1990; Bushman, 1998; Anderson, 1997). По-голямата достъпност на конструкта го прави по-вероятен за използване в процеса на интерпретация на социалната информация (Bruner, 1957, 1958; по Bushman, 1998).

Третата перспектива се поддържа от интерактивния процес на социализация, който е близък до култивиращата теория (Gerbner et al., 1994), според която медийното съдържание е отражение на реалността и в също-