СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Л.В. Матвеева, доктор психологических наук, профессор кафедры методологии психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: matweewa-com@yandex.ru
Т.Я. Аникеева, кандидат психологических наук, ассистент кафедры общей психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: matweewa-com@yandex.ru
Ю.В. Мочалова, кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории инженерной психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: matweewa-com@yandex.ru
Е.Е. Петракова, кандидат психологических наук, научный сотрудник кафедры методологии психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: matweewa-com@yandex.ru
А.Г. Макалатия, старший научный сотрудник кафедры методологии психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: matweewa-com@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ[1]

В работе обсуждаются результаты исследования восприятия и идентификации испытуемыми базовых эмоциональных состояний, переживаемых персонажами, представленными в видеофрагментах. Видеофрагменты предъявлялись испытуемым крупным планом с монитора компьютера. Дифференцирующими показателями для групп испытуемых являются пол, экстраверсия/интроверсия. Оценка эмоционального состояния персонажа видеофрагмента осуществлялась испытуемыми по методике «Шкала дифференциальных эмоций» К. Изарда, состоящей из 30 позиций, по 5-ти балльной шкале. В результате было выявлено, что эмоциональное состояние, демонстрируемое испытуемому, идентифицируется им как сочетание нескольких основных и дополнительных эмоций. Наибольшую компетентность в идентификации эмоциональных переживаний показали испытуемые подгруппы экстравертов.

Ключевые слова: *идентификация эмоциональных состояний, базовые эмоции, опосредствованная коммуникация, экстраверсия – интроверсия.*

The article presents the study of how respondents perceive and identify the basic emotional states of characters presented in video clips. The clips were demonstrated for respondents on the PC screen. The discriminating indicators for the explored groups were sex and extraversion /introversion. The respondents evaluated characters' emotional states on the basis of Izard's "Differential emotions scale" (5-ball scale, 30 positions). The authors have detected that emotional state demonstrated to respondent is being identified as a combination of several basic and additional

[1] Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ «Критерии и индикаторы воздействия анимации и компьютерных игр на психику детей разного возраста», № 15-06-10814.

emotions. The extroverts have demonstrated themselves being the most competent in emotional experiences identification.

Key words: *emotional states identification, basic emotions, mediated communication, extraversion – introversion.*

Введение

Большинство психологических теорий относят эмоции к базовым факторам, обеспечивающим, регулирующим и порождающим как развитие индивида, так и коммуникативные взаимодействия разного характера. Согласно К. Изарду [Изард, 1980], эмоции включают три компонента: нейрофизиологическое функционирование, мимическую деятельность и субъективное переживание. В коммуникативной деятельности влияние эмоций виртуального коммуникатора на аудиторию наиболее существенно. Лицо человека является самым важным социальным стимулом. Начиная уже с трехмесячного возраста, ребенок реагирует на выражение человеческого лица, а переживания доверия и привязанности опосредуются зрительным контактом, фиксирующим выражение человеческого лица.

Бурное развитие информационно-коммуникативных технологий привело к тому, что между людьми создается искусственное пространство визуального взаимодействия, где главным сигналом является крупный план лица и фиксация на выразительной составляющей состояния человека.

Мы поставили перед собой задачу изучить особенности восприятия эмоциональных состояний человека с монитора компьютера или телеэкрана.

Научная разработанность проблемы

Качественные характеристики эмоций, такие как знак (положительный или отрицательный) и модальность (например, удивление, радость, отвращение, негодование, тревога, печаль) хорошо передаются в общении. В то же время об оценочной функции эмоций, наряду с функциями побуждения, предвосхищения, активации, писал В. Вилюнас [Вилюнас, 1976]. В экспериментах Шлосберга (1941) испытуемые оценивали эмоциональное выражение лица человека на фотографии по двум девятибалльным шкалам: «удовольствие – неудовольствие» и «приятие – отталкивание». Представленные на плоскости результаты образовали круговую траекторию (см. рис. 1).

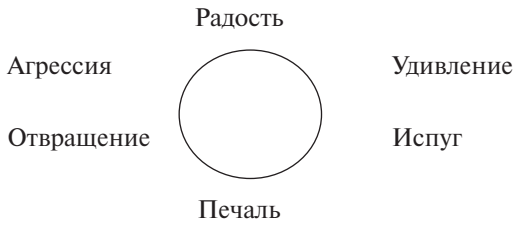


Рис. 1. Эмоциональное выражение лица человека

Приняв во внимание факт связи эмоций с уровнем активации организма в системе «сон – бодрствование» Шлосберг преобразовал эту модель в цилиндрическую. Вертикальное измерение получило название «сон – возбуждение».

П.Экман по критерию универсальности способа мимического выражения выделяет шесть фундаментальных эмоций – 1) гнев; 2) отвращение; 3) страх; 4) радость; 5) печаль; 6) удивление [Экман, 1999]. Он также утверждает, что предложенные Шлосбергом измерения «сон – возбуждение» и «приятие – отталкивание» не являются независимыми.

Р. Плучек предложил рассматривать базовые эмоции как комплексные реакции организма, соответствующие базовыми адаптивным процессам, направленным на согласование организма со средой. Испуг рассматривается ученым как разновидность ориентировочной реакции – ответ на незнакомое воздействие.

Большинство авторов отмечают тенденцию эмоций взаимодействовать друг с другом. Н. Фрижда предложил называть взаимодействующие друг с другом эмоции, возникающие у человека по поводу определенного события, эмоциональным эпизодом [Frijda, 1994].

Каждая из десяти эмпирически идентифицированных К. Изардом фундаментальных эмоций – 1) интерес; 2) радость; 3) удивление; 4) горе; 5) гнев; 6) отвращение; 7) страх; 8) стыд; 9) презрение; 10) вина – обладает, как он утверждает, свойственной именно ей адаптивной функцией и уникальными мотивационными качествами, исключительно важными и для каждого индивида и для всего вида. Эмоции называются фундаментальными, поскольку каждая из них имеет: а) специфический внутренне детерминированный нервный субстрат, б) характерные мимические или нервно-мышечные выразительные комплексы, в) отличающееся субъективное переживание или феноменологическое качество. Ни один из этих трех компонентов не образует эмоцию самостоятель-

но. Целостная эмоция (или полный эмоциональный процесс) требует всех трех компонентов, хотя в одном из них – выразительном комплексе – и продолжительность, и интенсивность ослабляются социализацией [Вилюнас, 2006, с. 240]. Воспитание может влиять на интенсивность и длительность выражения эмоций – как в ситуации общения человека с другими, так и наедине с самим собой. На основании своей дифференциальной теории эмоций К. Изард разработал методику ситуационной идентификации эмоциональных состояний человека «Шкала дифференциальных эмоций».

В работах В.А. Барабанщикова и его соавторов тщательно анализировались особенности восприятия эмоций по выражению лица [Барабанщиков, Малкова, 1981; Барабанщиков, Носуленко, 2004]. В частности, в работе А.А. Демидова, выполненной под руководством В.А. Барабанщикова, анализировалась адекватность восприятия индивидуально-психологических особенностей людей, произносящих эмоционально нейтральную фразу, посредством предъявления видеозаписей с экрана компьютера [Барабанщиков, Демидов, 2009]. А. Жежелевская изучала степень точности восприятия различными группами людей эмоционально произнесенных дикторами фраз на немецком языке. Наиболее точно воспринимали эмоциональное состояние дикторов люди, изучающие немецкий язык, а также актеры. Однако в нашей работе было важно выявить, как осуществляется идентификация эмоциональных состояний в ситуации опосредствованного общения. [Жежелевская, Жегалло, Подпругина, 2014].

Информационный поток средств массовой коммуникации (СМК) воздействует на человека на разных уровнях, начиная с биофизического уровня (ритм и темп воздействия гармоники) и заканчивая уровнем категоризации картины мира человека. Один из важнейших, или базовых уровней, это эмоциональный уровень воздействия. В.М. Бехтерев писал о проявлении эмоционального резонанса в толпе людей и феномене индукции. Исследуя восприятие людьми эмоциональных состояний, переживаемых человеком на экране, мы, таким образом, изучаем феномен воздействия СМК на человека.

Эмоциональная сфера мужчин и женщин различается, и предположительно у экстравертов и интровертов тоже (Г. Айзенк) в связи с разным уровнем активации нервной системы.

В статье представлены результаты исследования, целью которого является изучение процесса восприятия и распознавания (идентификации) эмоциональных состояний человека в опосредствованной (в данном случае – визуальной, телевизионной) коммуникации.

В телевизионном взаимодействии невербальные средства общения несут значительную смысловую нагрузку по причине технического опосредствования контакта со зрителем. В этих условиях один отдельно взятый жест может представлять собой самостоятельное целостное коммуникативное действие. Восприятие и идентификация эмоциональных состояний входит как одно из необходимых звеньев в коммуникативную деятельность человека и является основой для понимания мотивации, установок и уровня искренности партнера по взаимодействию. Существует несколько каналов, по которым человек может проявлять свои эмоции в коммуникации. В случае опосредствованной коммуникации, когда мы имеем дело с экранным изображением эмоционального переживания, основными невербальными каналами являются мимика, позы и жесты человека. Контекст невербальному поведению человека задается предметной ситуацией общения, «семантикой действия» (понятие Б.Г. Ананьева) коммуникатора.

Методика проведения эксперимента

Экспериментальный материал представлял собой записи 9 фрагментов (сюжетов) семи реальных телевизионных передач (ток-шоу) и двух современных кинофильмов, предварительно отобранных пятью экспертами – профессиональными психологами, специализирующимися в области изучения массовой коммуникации. Видеофрагменты демонстрировали людей, находящихся, по мнению экспертов, в одном из базовых эмоциональных состояний (по классификации К. Изарда и Г. Шлосберга), а именно: 1) видеофрагмент A – спокойствие; 2) B – отвращение; 3) C – удивление; 4) D – интерес; 5) E – страх; 6) F – смущение; 7) G – печаль; 8) H – агрессия; 9) I – радость. При восприятии человека с монитора компьютера испытуемому в нашем исследовании были доступны оптическая знаковая система невербального самовыражения личности, включая позу, жестикуляцию, мимику, а также прическу, одежду человека и визуальный фон студии, а в ряде экспериментальных случаев и акустическая семиотическая система. В нашем случае мы имеем дело не просто с эмоциональным состоянием человека, которое воспринимается в процессе его проживания и прочувствования, а с видеозаписью определенного эмоционального состояния, которое наблюдатель (испытуемый) воспринимает и идентифицирует в результате просмотра с монитора компьютера. Можно предположить,

что эта ситуация может накладывать определенные ограничения на способность человека правильно идентифицировать модальность эмоции.

В нашем исследовании мы задействовали методику идентификации эмоциональных состояний людей с экрана с помощью метода балльных оценок *(метод числовых шкал)*. Метод числовых шкал в качестве разновидности метода балльных оценок представляет собой реализацию известной в психофизике восприятия рейтинговой процедуры порядкового шкалирования [Измайлов, Михалевская, 1982; Guilford, 1954]. В исследовательской процедуре испытуемым предлагается приписать каждому экспериментальному стимулу соответствующее число. В отличие от физиологических методов фиксации эмоциональных состояний эта исследовательская процедура позволяет получить одномоментный срез целой палитры текущих эмоциональных переживаний человека. В нашем исследовании была задана числовая шкала от 0 до 5, по которой испытуемые оценивали выраженность эмоциональных состояний персонажа в предлагаемом видеофрагменте.

Каждый из девяти дважды полностью просмотренных видеофрагментов (всего 576 предъявлений) оценивался испытуемыми по методике «Шкала дифференциальных эмоций» К. Изарда, состоящей из 30 позиций (см. рис. 2). Эта методика представляет собой набор прилагательных, описывающих эмоциональные состояния человека, и дает возможность получить профиль показателей ситуативной интенсивности эмоций персонажей, выраженных, по мнению испытуемого, в конкретном видеофрагменте. Время оценки эмоционального состояния персонажа видеофрагмента не ограничивалось, испытуемый сам вызывал следующий стимул нажатием определенной кнопки на клавиатуре компьютера.

В исследовании принимало участие 32 человека, которые были специально отобраны по параметрам: пол, возраст, экстраверсия-интроверсия. Выбор параметров основывался на данных о различии эмоциональной сферы у мужчин и женщин, а также у экстравертов и интровертов [Айзенк, 1999; Собчик, 2003]. Перед началом основного исследования испытуемые проходили тестирование по методике Г. Айзенка для определения показателей экстраверсии-интроверсии. При обработке результатов испытуемые последовательно были разделены на 4 подгруппы: мужчины (16 человек), женщины (16 человек), экстраверты (10 человек), интроверты (10 человек). Интровертированность, согласно Л.Н. Собчик

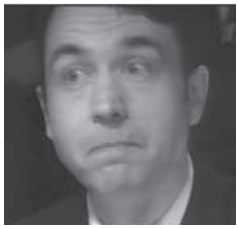
[Собчик, 2003, с.69], проявляется как сниженная внешняя реактивность при одновременно более богатой интрапсихической активности и высокой рефлексивности. Экстравертированность проявляется склонностью к широким социальным контактам, двигательной раскрепощенностью при отсутствии тенденции к самоанализу.



Сюжет A
Спокойствие



Сюжет B
Отвращение



Сюжет C
Удивление



Сюжет D
Интерес



Сюжет E
Страх



Сюжет F
Смущение



Сюжет G
Печаль



Сюжет H
Агрессия



Сюжет I
Радость

Рис. 2. Видеофрагменты

Результаты и обсуждение

По результатам шкалирования испытуемыми эмоциональных состояний персонажей четырех из предложенных видеофрагментов (B – отвращение; E – страх; H – агрессия; I – радость) был проведен количественный и качественный сравнительный анализ. Статистическая обработка результатов осуществлялась последовательно, по подгруппам, сформированным по признакам пола, возраста (моложе 35 лет, старше 35 лет), экстраверсии/интроверсии.

По результатам статистической обработки при сравнении данных по подгруппам с использованием критерия Манна-Уитни получено:

- оценки подгрупп экстравертов и интровертов статистически значимо различаются (уровень значимости $p \leq 0.05$) при оценке испытуемыми эмоционального состояния персонажей видеофрагментов B («отвращение»), E («страх»), H («агрессия») и I («радость»);
- значимых различий в подгруппах мужчин и женщин при идентификации эмоционального состояния персонажей данных видеофрагментов не выявлено ($p > 0.1$). Оценки испытуемых разного возраста также сходны ($p > 0.1$).

Таким образом, гендерных и возрастных различий при идентификации отдельных эмоциональных состояний человека в экспериментальной ситуации не выявлено. Распознавание перечисленных эмоций значимо различается у экстравертов и интровертов.

Качественный анализ результатов показывает, что экстраверты дают более выраженные балльные оценки эмоциональных состояний в сравнении с интровертами. Экстраверты также задействуют больше категорий (из тридцати предложенных в шкале Изарда) при идентификации эмоциональных состояний в сравнении с интровертами. Кроме того, они чаще называют эмоции, выделенные экспертами – профессиональными психологами. Ниже представлен подробный анализ восприятия двух эмоциональных состояний: радости как примера положительной эмоции и страха как примера отрицательной.

Оценка эмоционального состояния персонажа видеофрагмента «радость» испытуемыми шести подгрупп

При восприятии данного видеофрагмента испытуемые всех подгрупп оказались весьма единодушны в определении эмоционального состояния персонажа: по их мнению, он «счастливый», а также «радостный» и «наслаждающийся» (кроме группы интровертов), и еще «внимательный» (кроме групп молодых мужчин и интровертов). Кроме того, как молодые женщины, так и экстраверты определили его как «застенчивого», испытуемые группы экстравертов как «изумленного», испытуемые групп мужчин старшего возраста и экстравертов как «удивленного» (см. также рис. 3, 4).



Рис. 3. Оценка эмоционального состояния человека в видеосюжете I экспертами-экстравертами по 30-балльной шкале Изарда

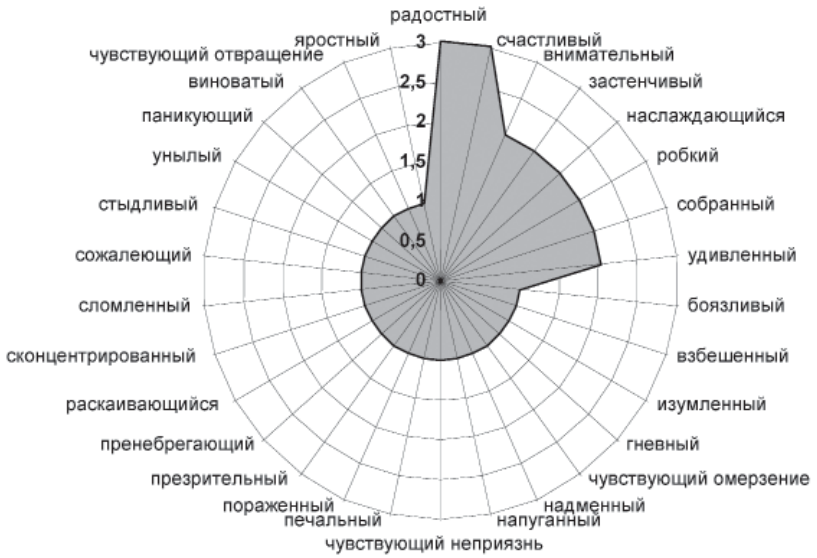


Рис. 4. Оценка эмоционального состояния человека в видеосюжете I экспертами-интровертами по 30-балльной шкале Изарда

Анализируя вышеприведенные диаграммы, нетрудно заметить, что при оценке какого-либо эмоционального состояния человека, респонденты выделяют в нем не одну, а несколько эмоций. В данном случае это в порядке убывания балльных оценок: радость, счастье, наслаждение, изумление. Таким образом, эмоциональное переживание другого человека воспринимается как «паттерн эмоций», в терминологии Изарда, или – на образном языке – за ведущей эмоцией тянется «шлейф» других, более или менее близких по содержанию эмоциональных состояний.

Оценка эмоционального состояния персонажа видеофрагмента «страх»

При восприятии данного видеофрагмента испытуемые всех подгрупп оказались также довольно единодушны в определении эмоционального состояния персонажа: по их мнению, он «напуганный» и «паникующий». Кроме того, испытуемые групп мужчин и женщин моложе 35 лет, мужчины старшего возраста и экстра-

верты считают его «боязливым», а испытуемые группы женщин старшего возраста еще и «пораженным» (см. рис. 5, 6).

Здесь мы наблюдаем ту же картину, что и в предыдущем случае – испытуемые идентифицируют ряд эмоций в состоянии персонажа, выделяя при этом несколько ведущих и несколько дополнительных.

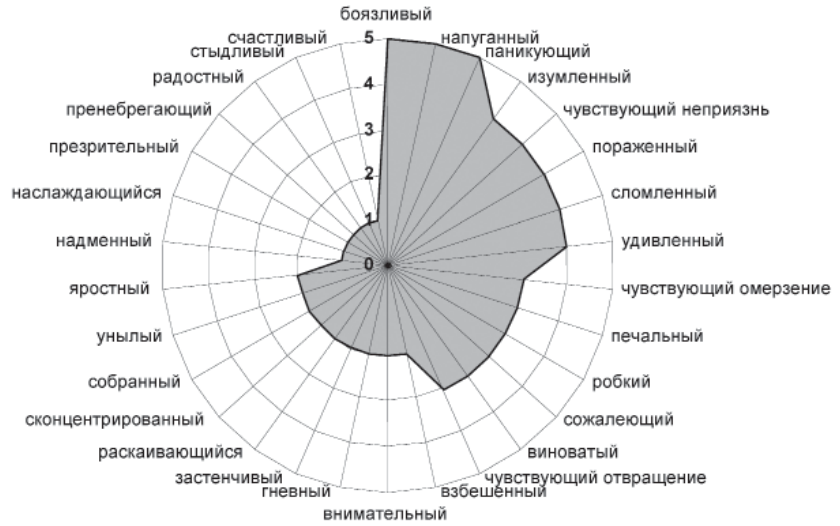


Рис. 5. Оценка эмоционального состояния человека в видеосюжете Е экспертами-экстравертами по 30-балльной шкале Изарда



Рис. 6. Оценка эмоционального состояния человека в видеосюжете Е экспертами-интровертами по 30-балльной шкале Изарда

Здесь мы наблюдаем ту же картину, что и в предыдущем случае – испытуемые идентифицируют ряд эмоций в состоянии персонажа, выделяя при этом несколько ведущих и несколько дополнительных. Этот же феномен мы наблюдали также и при идентификации эмоциональных состояний экспертами – психологами. Часть из эмоциональных состояний, переживаемых персонажами, были интерпретированы экспертами однозначно, с помощью одного слова-категории, обозначающего соответствующую эмоцию (такие как радость, страх, удивление, отвращение, смущение), а другие не столь однозначно, с помощью двух-трех слов (такие как спокойствие, внимательное слушание, печаль; вовлеченность, интерес, активность; печаль, подавленность, пассивность; агрессия, раздражение, азарт).

Согласно ранее полученным данным [Винтерхофф-Шпурк, 2007; Матвеева и др., 2004] испытуемые (зрители) воспринимают ситуацию предъявления с экрана человека, переживающего эмоциональное состояние, как коммуникативную ситуацию, ситуацию общения, по аналогии с межличностным. Можно предположить, что экстраверты в ситуации опосредствованной коммуникации склонны идентифицировать эмоцию, переживаемую персонажем видеофрагмента, как более ярко выраженную. Тогда статистически значимое различие в балльных оценках, со сдвигом к максимуму в случае экстравертов (видеофрагмент «радость»), может объясняться большей уверенностью экстравертов в правильности осуществленного распознавания или же резонансной по сути эмпатической реакцией на предъявляемое эмоциональное состояние другого человека в опосредствованной коммуникации.

Процесс восприятия и идентификации эмоциональных переживаний с монитора компьютера имеет свою специфику по сравнению с восприятием эмоций в ситуации непосредственного межличностного контакта: обнаруживается усиление смысловой коммуникативной составляющей в эмоциях, дополнительно приписываемых испытуемыми героям видеофрагментов. Эти эмоции можно назвать коммуникативными. Они описывают отношение зрителя к человеку на экране или ожидаемое зрителем отношение к себе человека на экране. Другими словами, можно сказать, что как только лицо человека на телеэкране или мониторе компьютера начинает выражать какую-либо эмоцию, то есть перестает быть эмоционально нейтральным в восприятии зрителя, то зритель

ощущает себя оказавшимся в ситуации коммуникации. К подобному заключению приходят и В.А. Барабанщиков и В.Н. Носуленко: «восприятие экспрессии лица по фотографии имеет форму не только чувственного познания (отображения экспрессивного паттерна коммуниканта), но и непосредственного общения (взаимообмена информацией, состояниями и действиями)» [Барабанщиков, Носуленко, 2004, с. 441].

Процесс восприятия эмоций другого человека является сложным по своей природе и представляет собой целый комплекс личностной децентрации, понимания, проекции, идентификации, дифференциации и «вчувствования», по терминологии русского философа И.А. Ильина [Ильин, 1993], а также оценки соотношения базовых эмоций в конкретном образе человека, переживающего на экране определенное эмоциональное состояние. Выделяется комплекс ведущих эмоций, комплекс фоновых эмоций и комплекс эмоций, характерных для одной из групп людей (что сопоставимо с данными Н. Фрижды [Frijda,1994]). В этом смысле восприятие эмоций может быть соотнесено с восприятием музыкального созвучия (аккорда), где есть основные и дополнительные тона и обертоны. В этой связи можно порекомендовать создателям телевизионных программ быть более аккуратными и корректными при обращении к эмоциональной составляющей экранного действия, например, с переживаниями героя передачи, в особенности, если эти переживания имеют негативный оттенок: исходя из полученных нами данных, можно предположить, что зрители, воспринимая соответствующее эмоциональное состояние экранного персонажа, атрибутируют ему, помимо основной, явно выраженной, также и ряд дополнительных негативных эмоций. При этом зритель, ощущая себя оказавшимся в ситуации коммуникации, порождает ответные негативные эмоции, которые могут находить дальнейшую «разрядку» в межличностном взаимодействии в его реальной жизненной ситуации, что может порождать процессы «невротизации» в обществе.

По результатам качественного анализа выявлены различия в восприятии эмоций по подгруппам: подгруппа мужчин достаточно быстро и однозначно идентифицирует ведущую эмоцию и, как правило, не приписывает дополнительных эмоций героям сюжета; подгруппа женщин в предлагаемом эмоциональном переживании выделяет больше эмоциональных составляющих, т.е.

образ эмоционального переживания у них более сложный. В целом наибольшую компетентность в идентификации эмоциональных переживаний показали испытуемые подгруппы экстравертов.

Выводы

1. Выявлено статистически значимое различие в идентификации эмоциональных состояний у испытуемых подгрупп экстравертов и интровертов. При этом бóльшую компетентность в идентификации эмоциональных переживаний показали испытуемые подгруппы экстравертов. В то же время гипотеза о возникновении при этом у экстравертов более выраженного по сравнению с интровертами эмпатийного отклика («эмоционального резонанса» в терминологии В.М. Бехтерева) требует дополнительной проверки.

2. Распознавая чувства, эмоции и эмоциональные состояния человека на экране, зрители выделяют 1) фигуративную компоненту, представленную одной из базовых эмоций; 2) фоновую – состоящую из набора «обертонов» других базовых эмоций; 3) специфическую – характерную для определенных групп зрителей.

3. Выявлены различия в восприятии эмоций испытуемыми разных подгрупп. Мужчины быстро и однозначно идентифицируют ведущую эмоцию и не приписывают дополнительных эмоций героям видеофрагмента; женщины, в свою очередь, формируют более сложный и богатый образ эмоционального переживания.

Рекомендации

1. Умение распознавать эмоции, в том числе предъявляемые в ситуации опосредствования, является одним из показателей эмоционального интеллекта, который, в свою очередь, позволяет человеку быть эффективным организатором коммуникативных процессов. Для журналистов данное умение является важной профессиональной компетенцией, которую можно и нужно развивать (посредством практикумов, тренингов и т.д.)

2. Воспринимая эмоциональную экспрессию человека на экране или мониторе компьютера, испытуемый (зритель) ощущает себя оказавшимся в ситуации коммуникации. При этом по-

вышение «эмоционального градуса» коммуникации в условиях замкнутого внутреннего пространства телевизионной студии приводит не только к повышению «рейтинга» подобных передач (обычно в жанре ток-шоу), но также к тому, что эмоциональный накал коллективных обсуждений «выплескивается» через экран на зрителей. Создается ситуация «провокации скандала», особенно если просмотр телепередачи происходит у зрителей в кругу семьи, так как это предполагает возможность идентификации ее членов с противоположными позициями участников студийной дискуссии. В этой связи можно порекомендовать создателям телевизионных программ быть более аккуратными и корректными при обращении с эмоциональной составляющей экранного действия.

3. На фоне повышенного уровня эмоциональных переживаний, который может провоцировать телевизионная коммуникация – в случае включения у зрителей механизмов эмоциональной идентификации и заражения, – снижается рефлексивная составляющая зрительского восприятия, а также степень критичности оценки, воспринимаемой ими с экрана информации. В этом случае журналисты – авторы и организаторы коммуникации как непосредственной в студии, так и опосредствованной, с телезрителями – оказываются в ситуации повышенной ответственности за результат эфира на полюсе зрителя, а именно за качество когнитивной переработки им информации. Это подразумевает необходимость актуализации рефлексивных способностей авторов по отношению к воздействию телепередачи на зрителя как на когнитивном, так и на эмоциональном уровне.

Список литературы

Айзенк Г.Ю. Структура личности. СПб: Ювента; М.: КСП+, 1999.

Барабанщиков В.А., Демидов А.А. Динамика восприятия индивидуально-психологических особенностей человека по выражению его лица в микроинтервалах времени // Психология. М.: Высшая школа экономики, 2008. Т. 5. № 2. С. 109–116.

Барабанщиков В.А., Малкова Т.Н. Исследование восприятия эмоционального состояния человека по выражению лица // Проблема общения в психологии. М., 1981. С. 121–132.

Барабанщиков В.А., Носуленко В.Н. Системность. Восприятие. Общение. М.: Институт психологии РАН, 2004.

Вилюнас В.К. Психология эмоций. СПб: Питер, 2006.

Вилюнас В.К. Психология эмоциональных явлений. М., 1976.

Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Пер. с нем. Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2007.

Жежелевская А.А., Жегалло А.В., Подпругина В.В. Точность распознавания эмоциональной экспрессии в устном иноязычном сообщении и ее взаимосвязь с профессиональной деятельностью // Экспериментальная психология. 2014. № 1. С. 28–43.

Изард К. Эмоции человека. М., 1980.

Измайлов Ч.А., Михалевская М.Б. Общий практикум по психологии. I. Общая психометрика. М.: МГУ, 1982.

Ильин И.А. Одинокий художник. Статьи, речи, лекции. М., 1993.

Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2004.

Собчик Л.Н. Психология индивидуальности. Теория и практика психодиагностики. СПб: Речь, 2003.

Экман П. Психология лжи. СПб: Питер, 1999.

Frijda N.H. Varieties of affect: emotions and episodes, moods, and sentiments // The nature of emotion. Fundamental questions / Ed. by *P. Ekman, R.J. Davidson*. New York, 1994.

Guilford J.R. Psychometric methods. N.-Y., Toronto, London: Mc-Grow-Hill, 1954.

Поступила в редакцию
15.01.2015