

ПАРАСОЦІАЛЬНІ СТОСУНКИ: ВЗАЄМОДІЯ МІЖ ЛЮДЬМИ ТА СОЦІАЛЬНИМИ РОБОТАМИ

Чаплінська Юлія Сергіївна, к.психол.н.,
старший науковий співробітник лабораторії психології масових комунікацій та
медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м.
Київ

Повсякденне життя пересічних українських громадян стає все більш опосередкованим і сьогодні засоби масової інформації служать центральними джерелами орієнтації в житті не тільки молоді, але й людей старшого покоління. Інтернет та різноманітні можливості спілкування в кіберпросторі підкреслюють цю тенденцію. Це відбувається не тільки тому, що люди використовують Інтернет для міжособистісного спілкування, а й тому, що технологічні досягнення спонукають ЗМІ стати мобільними. В європейському науковому просторі активно використовують специфічне поняття парасоціальної взаємодії, а саме – нове медіа-середовище спілкування, що називається *the robot* або соціальними роботами. Фонга Т., Нурбахша І. та Даутенхана К. дають таке визначення: «Соціальні роботи – втілені агенти, які є частиною неоднорідної групи: суспільство роботів або людей» [1, Р. 144]. *The robot* можна розглядати як справжнє мобільне середовище, оскільки воно здатне розвиватися автономно, тоді як у випадку звичайного мобільного зв'язку, саме люди є мобільними та здатними до змін, а сама по собі мережа – ні. *The robot* розглядають не як роботамашину, певне сенсомоторне або автономне устаткування, а як певне медіа-середовище. Перспектива засобів масової інформації – це перспектива комунікації, а середовище, яке пов'язане з соціальними роботами – «опосередковує», з'єднує, пов'язує. Це певне посередництво між людьми, а також між людьми та їх медіа-середовищем. *The robot* розглядають як особливий тип медіа, тобто «інтерактивні засоби масової інформації», [2, Р. 155] – які можуть вступати у взаємодію.

Чжао С., зокрема, розглядає зв'язок з the robot як зв'язок із засобами масової інформації. У своїх роботах він робить порівняльний аналіз засобів масової інформації з засобами комунікації через медіа та з іншими комп'ютерними комунікаційними пристроями міжособистісного спілкування (ККПМС) [3]. Технологія the robot дозволяють користувачам спілкуватися безпосередньо з ними. Чжао стверджує, що соціальні роботи-гуманоїди відрізняються від технологій ККПМС, оскільки вони не є середовищем, через яке люди взаємодіють, а скоріше середовищем, з яким люди взаємодіють. Діючи як людські сурогати, гуманістичні соціальні роботи поширюють область вираження, дискурсу та спілкування людини в комп'ютеризованому світі [3, Р. 402]. Таким чином, роботи являють собою «особливе середовище спілкування, яке впливає на те, як люди бачать самих себе і відносяться до інших» [3, Р. 413]. Але незалежно від того чи є матеріали (певні апаратні засоби) чи ні (наприклад, агенти програмного забезпечення) інтерактивні засоби масової інформації, як видається, мають певний тип передбачуваного комунікативного інтелекту або комунікативних навичок. Шольц К. вважає, що якби не були наслідки таких подій, це означає плюралізацію форм соціальної взаємодії [4].

Хофліч Йа. розглядає the robot як посередника між двома особами або між людиною та його оточенням. В якості відправної точки він розгортає думку про те, що відносини між людиною і роботом ґрунтуються на діадичній моделі взаємодії, яка підкреслює, що люди відносяться до роботів не просто як речі, а в соціальному сенсі, тобто як до справжніх людей. У своїй роботі він розглядає два аспекти: один з них – як люди вибудовують стосунки з речами взагалі та з засобами масової інформації зокрема, а інший – як ці відносини (перш за все, з роботами) залежать від того, наскільки робот виглядає як людина чи [5].

Чим більш різноманітним стає медіа-простір та його пропозиції щодо спілкування, тим різноманітніші комунікативні практики починають використовувати медіа. Вчені, зацікавлені в цьому новому дослідницькому середовищі – взаємодія людини з роботом.

Список використаної літератури:

1. Fong, T., Nourbakhsh, I., & Dautenhahn, K. (2003). A survey of socially interactive robots. *Robotics and Autonomous Systems*, 42, P. 143-166.
2. Krotz, F. (2007). *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS-Verlag, P. 1-303
3. Zhao, S. (2006). Humanoid social robots as a medium of communication. *New Media & Society*, 8(3), P. 401-419.
4. Scholtz, C. (2008). Und täglich grüßt der Roboter. Analysen und Reflexionen des Alltags mit dem Roboterhund Aibo. In *Volkskunde in Rheinland Pfalz. Informationen der Gesellschaft für Volkskunde in Rheinland Pfalz e.V.*, 23, P. 139-154.
5. Höflich, Joachim R. (2013): Relationships to Social Robots: Towards a Triadic Analysis of Media-oriented Behavior. In: *intervalla: Vol. 1, 2013.*, 1-14.

Чаплінська Ю. С. Парасоціальні стосунки: взаємодія між людьми та соціальними роботами / Ю. С. Чаплінська // Соціально-психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери в ситуаціях сьогодення : матеріали VIII всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю / [ред. кол.: Найдьонова Л. А., Федорова О. В., Лисенко В. І.] ; упоряд. Плетка О. Т. – Київ–Мелітополь : Університет "Україна", 2018.– 127 с.