

## ПАРАСОЦІАЛЬНІСТЬ І МЕДІАТВОРЧЕСТВО: ПОТЕНЦІАЛ ДИСТАНЦІОННОГО ОБУЧЕННЯ

**Чаплинская Юлия Сергеевна**

кандидат психологических наук, старший научный сотрудник  
лаборатории психологии массовых коммуникаций и медиаобразования  
Института социальной и политической психологии НАПН Украины

**Аннотация:** В статье рассматривается парасоциальность как ресурс педагога в период пандемии COVID-19 и дистанционного обучения. Автор описывает пять основных иллюзорных переживаний, которые испытывает медиа потребитель при парасоциальных отношениях и проводит аналогии с взаимодействием наставника и ученика в дистанционном обучении. Также в статье приводятся примеры творческих медиа практик, которые могут улучшить качество обучения в дистанционном формате.

**Abstract:** The article considers parasociality as a teacher's resource during the COVID-19 pandemic and distance learning. The author describes the five main illusory experiences that media consumers experience in parasocial relationships and draws analogies with the interaction of teacher and student in distance learning. The article also provides examples of creative media practices that can improve the quality of distance learning.

**Ключевые слова:** парасоциальная теория, парасоциальные отношения, психологические иллюзии, медиатворчество, медиаперсона, дистанционное обучение.

**Keywords:** parasocial theory, parasocial relationships, psychological illusions, media creation, media personality, distance learning.

В период пандемии COVID-19 большинство учебных заведений в разных странах мира перешли на дистанционное обучение. И рядом с несомненными преимуществами, подняли голову и ряд проблем, таких как переутомляемость учащихся, сложность в удержании внимания аудитории, потеря интереса к предмету, проблемы со здоровьем (глаза, спина и т.д.). Да, взаимодействие через экран, будь то теле или онлайн уроки, требуют от педагога определенных навыков. В данном ключе весьма актуальной нам видится теория парасоциальных отношений.

В научной литературе взаимодействие между живыми людьми и медиасимулякрами принято называть парасоциальным (пара – приближенным к социальному). Этот термин был введен в 1956 году двумя исследователями Дональдом Хортоном и Ричардом Водем, которые описывали ситуацию, когда у людей, что смотрят телевизор или слушают радио, возникает

иллюзия, будто они общаются с медиаперсоной лично (*face-to-face*) [1]. Сначала парасоциальность рассматривалась как специфическую иллюзию разговорного жанра, определенную передачу информации между медиаперсоной и медиапотребителями в средствах массовой информации, однако позже концепция была расширена до любого вида социального взаимодействия с опосредованными персонами. В нынешних условиях педагоги вполне могут выступать такими медиаперсонами.

С психологической точки зрения парасоциальные отношения не сильно отличаются от других видов социального взаимодействия, таких, например, как дружба любовь или отношения наставник-ученик. Довольно часто у людей в парасоциальном взаимодействии возникают иллюзии различного рода.

Первая из них называется *иллюзией перенесенной субъектности*, когда человек ощущает объект парасоциального действия как социальное существо, то есть наделяет его человеческими свойствами и реагируют на такой объект эмоционально. Медиаперсона, по сути своей – это пиксели на экране, но она воспринимается как настоящие и живое существо и это происходит потому, что человеческий мозг обрабатывает медиапереживания аналогично тому, как он обрабатывает “прямой опыт” и люди обычно реагируют на медиаперсон так же, как они реагировали б на настоящих людей [2].

Следующая – это *иллюзия непосредственного участия*. Поскольку в первую очередь Хортон и Воль рассматривали парасоциальность как особый тип коммуникации, то выделили иллюзию непосредственного участия, когда у членов зрительской аудитории создается иллюзия своего непосредственного участия в телепрограмме, несмотря на то, что они находятся по ту сторону экрана. Исследователи описали специальные приемы для достижения подобного эффекта, но мы не будем останавливаться в этой статье на них подробно. Однако, стоит заметить, что антураж, который создает учитель – картинка на заднем плане, интонации голоса, смена тем и очередность заданий, могут создать иллюзию присутствия в классной комнате, несмотря на то, что ученики сидят каждый у себя дома.

Третьей является *иллюзия близости или интимности*. Признаком этого иллюзорного опыта является то, что люди испытывают чувство взаимной осведомленности, внимания и дружелюбности по отношению к медиаперсонам – хотя эти характеристики самом деле не взаимны, так как часто медиаперсоны даже не знают точное количество своих фоловеров или фанатов, они не знакомы с ними лично. И если для медиапотребителя медиаперсона является одной единственной особенной и незаменимой, то для медиасимвола все фанаты, по большому счету, является некой обезличенной массой. И если для большинства медиаперсон, которые в первую очередь знаменитости, публичные люди и вымышленные персонажи (герои книг, сериалов, мультфильмов или игр) данная иллюзия является базовой, то для учителя во

взаимодействии со своими учениками она не срабатывает, поскольку педагоги достаточно хорошо и близко знают каждого из “своих” детей. И при таких отношениях ощущение близости будет не иллюзорным, а настоящим.

Четвертая – *иллюзия интерактивности*. В рамках классической теории Хортон и Воль определяли парасоциальность как одностороннее взаимодействие. Поскольку медиапотребители достаточно увлеченно отслеживают всю доступную информацию об жизни кумиров, но медиаперсоны обычно не знают ничего о жизни своих поклонников. И так же, используя приемы “прямого адресата” (когда медиаперсон будто обращалась напрямую к медиапотребителям) создавалась иллюзия коммуникационного взаимодействия и некоторые фанаты даже вслух отвечали на реплики медиагероев или комментировали их действия. В то время взаимодействие учителя и ученика – интерактивное всегда, не только на онлайн уроке, но и за его пределами, в различных приложениях, социальных сетях или даже через телефонный звонок: есть возможность задать прямой вопрос и получить на его такой же прямой ответ.

Последняя – *иллюзия принадлежности (belong)*. Основываясь на исследовании о поклонников Стивена Рейсена и Нила Бренскомба, которые эмпирически доказали существование двух различных проявлений данного иллюзорного чувства, мы можем говорить о *fanship* – как о некоей глубокой эмоциональной связи последователем с медиафигурой или самим медиапроизведением и *fandom* – ощущение связи с фанатской сообществом, группой, другими поклонниками [3]. Через призму любого обучения, мы можем говорить о том, что дети могут быть “фанатами” одного учителя и совершенно не любить другого. Они могут разбиваться на группы тех, кто любит данного учителя и тех, кто нет.

В 2020 году учителя всего мира примеряют на себя роли, по сути, интернет- блогеров, которые так популярны у нынешней молодежи. У учеников есть возможность посетить не только интерактивные занятия онлайн, но и просмотреть записи уже пройденного материала. Еще до момента, как это стало мейнстримом, одним из самых популярных педагогов на Украине был учитель физики из Одессы Павел Виктор, который вел свой YouTube-блог для детей. В 2020 году он получил награду – “Серебряная кнопка YouTube”. Павел Виктор выкладывает бесплатные уроки по физике на своем канале, а с началом карантина его видео начали смотреть ученики и за пределами Украины. Нынче его канал насчитывает уже более 519 тысяч подписчиков [4]. Для учеников, которые никогда не были с ним знакомы в живую, но регулярно смотрят его интересные, “живые” и практические занятия, он стал медиасимволом, популярным блогером, если можно так сказать.

Исследуя особенности парасоциальных отношений украинской молодежи с медиаперсонами, осенью 2020 мы провели опрос, в котором приняли участие 273 школьника

в возрасте от 13 до 17 лет. Исследование выявило типы медиаперсон, с которыми современные дети наиболее склонны формировать парасоциальные отношения, а именно: музыканты / певцы (36,6%), блогеры (16,1%), актеры (14,7%), герои мультсериалов / аниме (10,6%), спортсмены (6,2%), герои сериалов (5,5%), герои художественных фильмов (2,9%) и герои видеоигр (2,6%). Как мы видим, блогеры занимают второе место за популярностью среди молодежи.

Именно поэтому важнейшей задачей педагога мы видим не только предоставление ученикам необходимых знаний, но и поиск индивидуального подхода к группе, через создание на занятиях атмосферы аналитической и творческой одновременно. Именно возможности для проявления собственного творческого потенциала дает максимальное развитие личности каждого учащегося. Именно благодаря творческим заданиям будет удерживаться внимание и сохраняться интерес к предмету. И особенно актуально это в техническую эру, эру развития новых технологий.

В исследовании проведенного лабораторией психологии массовой коммуникации и медиаобразования Института социальной и политической психологии Национальной академии педагогических наук Украины в 2007 году, (в исследование приняло участие 401 учащихся старших классов) было выявлено, что уровень медиаторческого потенциала молодежи не имел высоких показателей, и это, по нашему мнению, могло быть связано с низким уровнем технического обеспечения, ведь не во всех семьях были компьютеры, но большая имели телевизоры. Стоит отметить, что в те времена в Украине ежедневно 61,6% учащихся смотрели телепередачи, а вот компьютеры для творчества могли использовать только 14,2% учащихся. Одним из вопросов данного исследования было “Мне интересно было бы самому создать видеофильм”. На него утвердительно ответили лишь 18,5% общей выборки [5]. Исследование 2010 года, в котором участвовало 1623 ученики старших классов гимназий, лицеев, общеобразовательных школ, показал рост творческого потенциала. Ведь на тот же самый вопрос-утверждение “Мне интересно было бы самому создать видеофильм” ответили “да” уже 55,3% выборки. Как мы видим показатели выросли почти втрое. Но и технические возможности также стали более доступными. Использовать компьютер для творчества могли уже 31,3% опрошенных [6]. В исследовании 2018 году вопросы, связанные с медиаторчеством тоже показали интересные результаты. Всего было опрошено 1439 учащихся 8 и 10 классов общеобразовательных школ, гимназий и лицеев. Так, на вопрос анкеты “Интересным для меня является создание видео: съемка чего-то нового, создание видеоклипов на какую актуальную тему или видеоколлажи” утвердительно ответили 36,6% выборки; 45,1% респондентов согласились с утверждением “Интересной для меня является работа со звуками: песнями, музыкой, озвучиванием и т.д.”; вопрос связан с изображениями,

а именно: "Чаще всего в сети я работаю с изображениями: выкладываю новые фотографии, создаю коллажи и т.д." получило положительные отзывы у 55,2% опрошенных, а вот утверждение "Я пишу различные истории (сценарии, стихи и т.д.) и выкладываю их в сеть", оказалось наименее популярным среди школьников и на него ответили "да" только 19,5% выборки. Как мы видим общий творческий потенциал украинской молодежи с каждым годом все увеличивается, так же, как и технические возможности [7].

Существует достаточно большое количество разнообразных медиапрактик, которые могут выступать и как домашнее задания (индивидуальное или групповое), или как дополнение к уроку.

*Создание плакатов или постеров* на заданную тему. Как известно, плакат или постер должен содержать: заголовок, короткий (не более 2-х строк), яркий (должно привлекать внимание целевой аудитории) и понятный (должен дать возможность быстро оценить предмет и цели) текст, характеризуется неким призывом, ориентированным на действие или трансформационным сообщением / сообщением. Во-первых, создание плакатов, позволяет детям лучше освоить разные графические редакторы, во-вторых, мыслить лаконично, в-третьих, развивает креативность. И, конечно же, результаты такого творчества можно опубликовать в социальных сетях. Например, это может быть задание для урока английского: придумать плакат, в котором будет выражена любовь или призыв к любви данного языка. Можно задавать дополнительные параметры с использованием популярных медиаперсон.

*Веб-квесты* – это, по сути, четко прописана программа задач, с элементами ролевой игры, выполнение которой происходит с помощью Интернет-ресурсов. Стоит отметить, что существует много литературы, описывающей как структуру, так и пошаговую инструкцию для создания подобных квестов, поэтому на этом моменте мы подробно останавливаться не будем. Но отметим, что использование подобной практики носить не только развивающий для учеников характер (самостоятельность, творчество, анализ, дедукция), но и формирования критического мышления.

*Создание и ведение канала* (Телеграмм, Youtube и т.д.) на определенную тематику, например, психодиагностики. Каналы – это прежде всего инструмент для передачи информации от одного лица к многим пользователям, то есть данные поступают из одного источника одновременно всем подписчикам. Можно сказать, что основная цель канала – это получение подписчикам с определенной периодичностью тематического контента. Созданный канал должен соответствовать следующим требованиям: публичность канала, а, следовательно, количество подписчиков – без ограничений; название должно быть четкая, лаконичная и понятная; аватарка – соответствовать тематике, так же, как и описание; канал должен иметь определенные рубрики и пользоваться #; Обновления контента канала должно

происходить хотя бы два раз в два дня (публикация может содержать как текстовое сообщение, так и файловые, аудио- или видеосообщения). Создание и ведение канала даст возможность ученикам самоорганизоваться, углубить свои знания в Digital сфере и тематике самого канала, а также проявить творчество потенциал в подготовке материалов и различного контента.

*Разработка игрового чат-бота.* Такие чат-боты в своей основе используют ряд задач, которые должен выполнить пользователь, за каждое правильно выполненное задание он получает определенное количество баллов и, соответственно, победа или поражение рассчитываются по общему количеству собранных баллов. Некоторые учителя используют чат-ботов для тестирования своих учеников. Такая практика достаточно распространена в странах Азии.

Исходя из всего вышеизложенного, мы может сделать выводы, что, во-первых, в дистанционном обучении необходимо внедрять упражнения и задания, направление на реализацию творческого потенциала личности, поскольку данный формат позволяет активизировать не только внимание, но и распалить интерес учащихся, во-вторых, медиапрактики различных направленностей, позволяют проявлять учащимся собственную самостоятельность и самоорганизацию, а также развивает критическое мышление при работе с информацией, в-третьих, парасоциальность, несомненно, позволит учителю более полно осуществлять взаимодействие в дистанционном формате обучение, через экраны мониторов.

### **Литература:**

1. Horton, D. and Wohl, R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance, *Psychiatry*. 1956. 19, 215–229.
2. Kanazawa, S. Bowling with our imaginary friends. *Evolution and Human Behavior*. 2002. 23, 167–171.
3. Reysen, S., & Branscombe, N. R. Fanship and fandom: Comparisons between sport fans and non-sport fans. *Journal of Sport Behavior*. 2010. 33, 176–193.
4. Виктор, П.: Видеоархив Ришельевского лицея. *Youtube-канал*. 2020. [Дата обращения 15.10.2020]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/c/pvictor54/featured>
5. Найдьонова, Л. А., Баришполець О. Т. Медіа-культура населення України: Інформаційний бюлетень. *Інститут соціальної та політичної психології НАПН України*. 2008. [Дата обращения 15.10.2020]. Режим доступа: <http://mediaosvita.org.ua/book/media-kultura-naselelnya-ukrayiny-2008/>
6. Найдьонова, Л. А., Баришполець О. Т. Моніторинг медіа-культури населення України: Інформаційний бюлетень. *Інститут соціальної та політичної психології НАПН*

України. 2010. [Дата звернення 15.10.2020]. Режим доступу:  
<http://mediaosvita.org.ua/book/monitoryng-media-kultury-naselennya/>

7. Найдьонова, Л. А. Медіаграмотність та інформаційна безпека: інформаційний бюлетень. *Інститут соціальної та політичної психології НАПН України*. 2018. [Дата звернення 15.10.2020]. Режим доступу: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediagramotnist-ta-informatsijna-bezpeka-2018/>

#### **PARASOCIALITY AND MEDIA CREATIVITY: POTENTIAL OF DISTANCE LEARNING**

Чаплинская, Ю. С. (2020). Парасоциальность и медиатворчество: потенциал дистанционного обучения. *Studia universitatis Moldaviae*