

CZU: 37.018.43

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4557300>

ПАРАСОЦИАЛЬНОСТЬ И МЕДИАТВОРЧЕСТВО: ПОТЕНЦИАЛ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Юлия ЧАПЛИНСКАЯ

Институт социальной и политической психологии НАПН Украины

В статье рассматривается парасоциальность как ресурс педагога в период пандемии COVID-19 и дистанционного обучения. Автор описывает пять основных иллюзорных переживаний, испытываемых медиапотребителями при парасоциальных отношениях, и приводит аналогии с взаимодействием наставника и ученика в дистанционном обучении. В статье приводятся примеры творческих медиапрактик, которые могут улучшить качество обучения в дистанционном формате.

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

PARASOCIALITY AND MEDIA CREATIVITY: POTENTIAL OF DISTANCE LEARNING

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 teacher-student interaction in distance learning. The article also provides examples of creative media practices that can improve the quality of distance learning.

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. Наряду с несомненными преимуществами обозначился и ряд проблем, таких как переутомляемость учащихся, сложность в удержании внимания аудитории, потеря интереса к предмету, проблемы со здоровьем (глаза, спина и т.д.). Взаимодействие через экран, будь то телеили онлайн-уроки, требует 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]. Первоначально парасоциальность рассматривалась как специфическая иллюзия разговорного жанра, определенная передача информации между медиаперсоной и медиапотребителями в средствах массовой информации, однако позднее 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 различные иллюзии. Одна из них называется *иллюзией перенесенной субъектности*, когда человек ощущает объект парасоциального действия как социальное существо, то есть наделяет его человеческими свойствами, и эмоционально реагирует на такой объект. Медиаперсона, по сути своей, – это пиксели на экране, но она воспринимается как настоящее и живое существо. Это происходит потому, что человеческий мозг обрабатывает медиAPEREЖИВАНИЯ аналогично тому, как он обрабатывает «прямой опыт», и люди обычно реагируют на медиаперсон так же, как они реагировали бы на настоящих людей [2].

Следующая – это *иллюзия непосредственного участия*. Поскольку Хортон и Воль в первую очередь 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, создаваемый учителем – картинка на заднем плане, интонации голоса, смена тем и очередность заданий, может 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 на самом деле не взаимны, так как медиаперсоны зачастую даже не знают точного количества 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, являются 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 в отношении учителя во взаимодействии с учениками она не срабатывает, поскольку педагоги достаточно хорошо и близко знают каждого из своих учеников. И в данном случае ощущение близости будет не иллюзорным, а настоящим.

Четвертая – *иллюзия интерактивности*. В рамках классической теории Хортон и Воль определяли парасоциальность как одностороннее взаимодействие. Медиапотребители достаточно увлеченно отслеживают всю доступную информацию о жизни кумиров, а медиаперсоны обычно не знают ничего о жизни своих поклонников. И так же, используя приемы «прямого адресата» (когда медиаперсона будто обращалась напрямую к медиапотребителям), создавалась иллюзия коммуникационного взаимодействия и некоторые фанаты даже вслух отвечали на реплики медиагероев или комментировали их действия. В то же 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 него такой же прямой ответ.

Последняя – *иллюзия принадлежности (belong)*. Основываясь на исследовании Стивена Рейсена и Нила Бренскомба о поклонниках, эмпирически доказавших существование двух различных проявлений данного иллюзорного чувства, можно говорить о *fanship* – как о некой глубокой эмоциональной связи последователя с медиафигурой или самим медиапроизведением и о *fandom* – ощущении связи с фанатским сообществом, группой, другими поклонниками [3]. Сквозь призму любого обучения, можно 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 не любит его.

В 2020 году учителя всего мира примеряют на себя роли, по сути, интернет-блогеров, которые так популярны у современной 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. Сейчас его канал насчитывает уже более 519 тысяч подписчиков [4]. Для учеников, которые никогда не были с ним знакомы вживую, 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 г. мы провели опрос, в котором приняли участие 273 школьника в возрасте от 13 до 17 лет. Исследование выявило типы медиаперсон, с которыми современные школьники 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 видим, блогеры занимают второе место по популярности 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 обеспечивают 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, проведенном лабораторией психологии массовой коммуникации и медиаобразования Института социальной и политической психологии Национальной академии педагогических наук Украины в 2007 году (в исследовании принял участие 401 учащийся старших классов), было выявлено, что уровень медиаторского потенциала молодежи не отличался высокими показателями, и это, по нашему мнению, могло быть связано с низким уровнем технического обеспечения, ведь не во всех семьях были компьютеры, но у большинства были 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 был «Мне интересно было бы самому создать видеофильм». На него утвердительно ответили лишь 18,5% общей выборки [5]. Исследование 2010 года, в котором участвовало 1623 ученика старших классов гимназий, лицеев, общеобразовательных школ, показало рост творческого потенциала. На тот же самый вопрос-утверждение «Мне интересно было бы самому создать видеофильм» ответили «да» уже 55,3% выборки. Как видим, показатели возросли почти втрое. Но и технические возможности стали также более доступными. Использовать компьютер для творчества могли уже 31,3% опрошенных [6]. В исследовании в 2018 году вопросы, связанные с медиаторством, 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-то актуальную тему или видеоколлажей» 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, связанный с изображениями, а именно: «Чаще всего в сети я работаю с изображениями: выкладываю новые фотографии, создаю коллажи и т.д.», получил 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 видим, общий творческий потенциал украинской молодежи с каждым годом увеличивается, так же, как и технические возможности [7].

Существует достаточно большое количество разнообразных медиапрактик, которые могут выступать и как домашнее задание (индивидуальное или групповое), и 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 (должен привлекать внимание целевой аудитории) и понятный (должен дать возможность быстро оценить предмет и цели), текст, характеризующий 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 публиковать в социальных сетях. Например, это может быть задание для урока английского: придумать плакат, в котором будет выражена любовь к данному языку или призыв к этому. Можно задавать дополнительные параметры с использованием популярных медиаперсон.

Веб-квесты – это, по сути, четко прописанная 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 останавливаться не будем. Однако отметим, что использование подобной практики носит не только развивающий для учеников характер (самостоятельность, творчество, анализ, дедукция), но и способствует формированию критического мышления.

Создание и ведение канала (Телеграмм, YouTube и т.д.) на определенную тематику, например, по психодиагностике. 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 подписчиками, с определенной периодичностью, тематического контента. Созданный канал должен соответствовать следующим требованиям: публичность канала, а следовательно, количество подписчиков – без ограничений; название должно быть четким, лаконичным и понятным; аватарка – соответствовать тематике, так же, как и описание; канал должен иметь определенные рубрики и пользоваться #; обновление контента канала должно

происходить хотя бы 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 творческий 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 набранных баллов. Некоторые учителя используют чат-боты для тестирования своих учеников. Такая практика достаточно распространена в странах Азии.

Исходя из всего вышеизложенного, можно заключить что, во-первых, при дистанционном обучении необходимо внедрять упражнения и задания, направленные 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 развивать критическое мышление при работе с информацией; в-третьих, парасоциальность, несомненно, позволит учителю более полно осуществлять взаимодействие в дистанционном формате обучения, через экраны мониторов.

Литература:

1. HORTON, D. and WOHL, R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance. In: *Psychiatry*, 1956, no19, p.215–229.
2. KANAZAWA, S. Bowling with our imaginary friends. In: *Evolution and Human Behavior*, 2002, no23, p.167–171.
3. REYSEN, S., & BRANSCOMBE, N. R. Fanship and fandom: Comparisons between sport fans and non-sport fans. In: *Journal of Sport Behavior*, 2010, 33, p.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: В: *Інформаційний бюлетень. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України*. 2008. [Дата обращения 15.10.2020]. Режим доступа: <http://mediaosvita.org.ua/book/media-kultura-naselennya-ukrayiny-2008/>
6. НАЙДЬОНОВА, Л.А., БАРИШПОЛЕЦЬ О.Т. Моніторинг медіа-культури населення України. В: *Інформаційний бюлетень. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України*. 2010. [Дата обращения 15.10.2020]. Режим доступа: <http://mediaosvita.org.ua/book/monitoring-media-kultury-naselennya/>
7. НАЙДЬОНОВА, Л.А. Медіаграмотність та інформаційна безпека: В: *Інформаційний бюлетень. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України*. 2018. [Дата обращения 15.10.2020]. Режим доступа: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediagramotnist-ta-informatsijna-bezpeka-2018/>

Данные об авторе:

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

Prezentat la 14.12.2020