
«УВАЖЕНИЕ ДРУГИМИ МЕДИАПЕРСОНАМИ» КАК АТРИБУТ ПАРАСОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА

Е. А. Сиваш

*Запорожский национальный университет,
ул. Жуковского, 66А, 69600, г. Запорожье, Украина,
syvash.kateryna.94@gmail.com*

В статье рассматривается функционирование атрибута «уважение другими медиаперсонами» в процессе формирования парасоциальной коммуникации с ведущими новостей на украинском телевидении. Указанный фактор паравзаимодействия рассматривается на материале трех новостных программ и поведения их ведущих соответственно в период осенне-зимнего телесезона 2018 г. Представлены результаты мониторинга и описан способ влияния атрибута на силу парасоциальной коммуникации.

Ключевые слова: парасоциальная коммуникация; уважение другими медиа-персонами; новостной ведущий.

«RESPECT OF OTHERS» AS AN ATTRIBUTE OF THE PARASOCIAL COMMUNICATION: MONITORING RESULTS

К. О. Syvash

*Zaporizhya National University,
66 A, Zhukovskogo Str., 69600, Zaporizhya, Ukraine
Corresponding author: K. O. Syvash (syvash.kateryna.94@gmail.com)*

The article discusses the functioning of the attribute «respect of others» in the process of forming parasocial communication with the news representers on Ukrainian television. The indicated para-interaction factor is considered on the basis of their behavior during the autumn-winter television season of 2018. The monitoring results are presented and the method of the attribute's influence on the strength of parasocial communication is described.

Key words: parasocial communication; respect by others; news presenter.

На парасоциальную коммуникацию как на особый вид психологической коммуникации между зрителем и медиаперсоной влияет целый

ряд факторов. Кроме психологических особенностей реципиентов и их гомофильности с персонажами, сила паравзаимодействия может регулироваться следующими атрибутами медиаперсон: интеллект и успешность, привлекательность, юмор, насилие и оценка другими людьми на экране. В данной статье мы анализируемый последний фактор, опираясь на данные мониторингового исследования, проведенного нами в осенне-зимнем телесезоне 2018 года.

Б. Ривз утверждал, что уважение или поддержка со стороны других медиа-персонажей имеет существенное влияние на желание зрителей строить парасоциальные отношения с этим медиасимволом [1]. Очевидно, что медиа-персоны, изолированные от других, обесцениваются; все медиаперсоны оцениваются зрителями в контексте их взаимодействия с другими в программе [2]. То, как персонажей трактуют другие – например, насколько они вызывают восхищение или уважение, является сигналом о ценности, привлекательности этого медиагероя и его поведения [3]. Таким образом, положительное отношение других героев в программе или их одобрение автоматически усиливают вовлеченность зрителя и положительно влияют на желание парасоциально взаимодействовать с ним [4].

Оценивая этот атрибут, мы проанализировали прямые реакции других людей на экране на рассматриваемую медиаперсону (похвала или отрицание), также смех в студии как ответ на слова или действия медиаперсоны, аплодисменты в ее адрес и т. д. Объектом исследования стали ведущие трех новостных программ на украинском телевидении: Анна Панова (телеканал «Украина»), Лидия Таран (телеканал «1+1»), Наталья Белашева (телеканал «Интер»), выборка программ включает выпуски понедельника и пятницы с участием указанных ведущих.

Телеканал «Украина», ведущая новостной программы «Сегодня» Анна Панова. Оценить отношение других медиаперсон к А. Пановой было возможно в тех выпусках, где она общалась с коллегами-корреспондентами или брала интервью у гостей студии. Так, общение с собкорами происходит в деловом стиле, они обращаются к ведущей полным именем «Анна» без уменьшительных форм, передают слово в студии лаконично, не выказывая особого отношения к ведущей. А вот мониторинг общения с гостями студии дал гораздо более интересные результаты: приглашены для интервью были политики С. Тарута, Ю. Зинченко, А. Вилкул, В. Гройсман (скайп-включения с последним). Вначале они проявляют нейтральное или даже пренебрежительное отношение к А. Пановой, которое, впрочем, быстро меняется на уважение,

когда она ставит четкие и острые вопросы, основанные на фактах их деятельности или апеллирующие к предыдущим громким заявлениям политиков. Ведущая не боится перебить гостя, чтобы уточнить детали и вернуть его в русло ответа на вопрос, когда гость начинает уклоняться от объяснений.

Телеканал «1+1», ведущая выпуска новостей «ТСН» Лидия Таран. Оценить отношение других медиаперсон к Л. Таран было возможно в выпусках с прямыми включениями, а также выездном новогоднем выпуске «ТСН». Так, общение с корреспондентами происходит в доброжелательной манере, однако особого уважения или внимания к ведущей они не проявляют: обычно это сдержанное приветствие по имени. Однако, в выпуске от 12.10 журналист Д. Фурдак в своем обращении напоминает зрителю, что Л. Таран возглавляет один из социальных проектов канала «1+1»: «Лидя, тебе как куратору проекта «Исполни мечту», думаю, как никому известно, как это прекрасно иметь прикосновение к изысканному и благородному делу». А уже в «ТСН» от 06.11 сама Л. Таран становится героиней сюжета, где зритель имеет возможность наблюдать восхищение, уважение и благодарность от детей, чьи мечты пытается осуществить ведущая. Бесспорно, этот видеоматериал может иметь сильное влияние на парасоциальные отношения, ведь Л. Таран демонстрируется в другом образе: ее внешний вид приближен к стилю кэжуал, а общение с тяжело больными детьми представляет ее в глазах зрителя заботливым, искренним и щедрым человеком.

Отдельно хотим описать концепт уважения другими медиаперсонами на примере новогоднего выпуска «ТСН», который Л. Таран вела с Софийской площади. В течение выпуска толпа зрителей аплодисментами и криками приветствует ведущую, радостно реагирует и поддерживает ее. Такой прием положительно коррелирует с ПСК, поэтому, например, в ситкоме часто добавляют закадровый смех в местах, где должно быть смешно, – зритель подсознательно отвечает на такую реакцию идентичным поведением [5]. В течение праздничного выпуска ведущая проводит награждения премии «Те, кто удивляют» – лауреаты благодарят Л. Таран, а один мальчик даже дарит ей фото со своим другом, которому удалось излечиться от смертельной болезни. Такие проявления уважения от медиаперсон также повышают уровень уважения к ведущей со стороны зрителей.

Телеканал «Интер». Ведущая новостей «Подробности» Наталья Белашева. Оценить этот атрибут было крайне сложно, так как Н. Белашева общается с другими медиа-персонами только два раза из 17 исследо-

ванных выпусков. Коммуникация между ведущей и корреспондентами прямой связи ограничивается сдержанными приветствиями и прощаниями, журналисты приветствуют Н. Белашеву по имени и сразу переходят к изложению новостей. Итак, этот атрибут, по нашему мнению, не будет влиять на силу парасоциального взаимодействия зрителя с медиаперсоной.

Таким образом, в формате новостей атрибут «уважение другими» представлен слабо, однако все равно имеет потенциал к усилению парасоциальной коммуникации. В программах, где общение между героями на экране является центральным (например, ток-шоу, талант-шоу и прочие), этот фактор может иметь решающую роль.

Библиографические ссылки

1. *Reeves B., Lometti G. E.* The dimensional structure of children's perceptions of television characters: A replication // *Human Communication Research*. 1979. Т. 5. № 3. С. 247–256.
2. *Livingstone S. M.* The implicit representation of characters in Dallas: A multidimensional scaling approach // *Human Communication Research*. 1987. Т. 13. № 3. С. 399–420.
3. *Fouts G., Burggraf K.* Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions // *Sex roles*. 2000. Т. 42. № 9–10. С. 925–932.
4. *Bandura A.* Social learning theory of aggression // *Journal of communication*. 1978. Т. 28. № 3. С. 12–29.
5. *Auter P. J.* Psychometric: TV that talks back: An experimental validation of a parasocial interaction scale // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 1992. Т. 36. № 2. С. 173–181.

СОВРЕМЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

И. В. Сидорская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
sidorskay@bsu.by*

Публикация посвящена обоснованию необходимости применения постнеклассической научной методологии, прежде всего комплексного, системного и синергетического подходов, к изучению сферы корпоративных стратегических коммуникаций. Целью материала является демонстрация