

УДК 159

DOI 10.25799/AR.2019.43.1.068

Теоретическая модель механизма эмпатии в онлайн-коммуникации

Курасова Ольга Вячеславовна

Ассистент,

Государственный университет управления,
109542, Российская Федерация, Москва, просп. Рязанский, 99;
e-mail: olga-efremov@yandex.ru

Аннотация

Представлена теоретическая модель эмпатии в онлайн-коммуникации. Выделены и описаны стадии эмпатии. Были выделены, обоснованы, сгруппированы и описаны переменные, восприятие которых непосредственно влияет на силу эмпатии («общие открытые переменные», «частные открытые переменные» объекта эмпатии, а также «внешние переменные»). Прослежена связь между стадиями механизма эмпатии и её формой (сочувствие, сопереживание, содействие). В работе показано, что процесс реализации механизма эмпатии в интернет-общении является линейным и основан на восприятии «общих открытых» переменных (никнейм, аватар, данные о себе, статус), «частных открытых» переменных (стикеры, смайлики, мемы, gif-анимация, эмодзи, пунктуация, стиль общения, манера общения) и внешних переменных (фактор времени, фактор задачи, индивидуальные особенности собеседников). Если механизм эмпатии является усечённым и четвертая стадия «Присоединение к объекту эмпатии» является последней, то данную форму эмпатии можно охарактеризовать как сопереживание. Если механизм эмпатии останавливается на пятой стадии «Децентрация субъекта эмпатии», то мы имеем дело с такой формой эмпатии как сочувствие. Для самой сильной формы эмпатии – содействия, необходимо наличие шестой и седьмой стадии механизма, «Моделирование содействия объекту эмпатии» и «Выражение содействия объекту эмпатии». При этом при сильной форме эмпатии средств передачи эмоций в Интернете становится недостаточно, и пользователь стремится перейти на реальное общение с собеседником.

Для цитирования в научных исследованиях

Курасова О.В. Теоретическая модель механизма эмпатии в онлайн-коммуникации // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2019. Т. 8. № 1А. С. 200-210.

Ключевые слов

Эмпатия, онлайн-коммуникация, стадии эмпатии, формы эмпатии, сочувствие, сопереживание, содействие.

Введение

В настоящее время одной из актуальных тем обсуждения является интеграция глобальной сети Интернет с реальным миром. Интернет влияет на все сферы жизни современного индивида, в том числе и на его общение в социуме. С каждым годом увеличивается количество социальных сетей, мессенджеров, сетевых игр и других способов коммуникации в сети, растёт количество пользователей, а также увеличивается время, проводимое ими в Интернете. Несмотря на относительно недолгий срок существования сети, интернет-коммуникация стала незаменимой частью социальной жизни каждого современного индивида. Так, по данным Mediakix 2017 года среднестатистический пользователь проводит в социальных сетях почти 2 часа в день, в то время как подросток тратит на социальных платформах до 9 часов ежедневно, из которых 30% всего потраченного времени занимает общение в сети [Инфографика: сколько времени пользователи проводят в социальных сетях, [www...](#)].

Основное содержание

Интернет позволяет пользователю построить свой собственный мир виртуальной реальности, уйти от реальных проблем, что может негативно влиять на восприятие объективной реальности и психику индивида.

В исследованиях Г.М. Андреевой, Л. С. Выготского, Б. В. Ломова, В. Н. Мясищева, В. А. Сластенина и И.Ф. Исаева подчёркивается важность эмпатии и её непосредственное влияние на процесс коммуникации. Механизм эмпатии неразрывно взаимосвязан с общением, так как именно во время общения происходит возникновение и проявление эмпатии. Таким образом, образуется процесс межличностного взаимодействия, в основе которого степень чувственности в проблемы собеседника [Сапига, 2006, с. 8]. Посредством эмпатийного общения происходит реализация информационно-коммуникативной, перцептивно-коммуникативной и интеракционно-коммуникативной функций эмпатии, что затем приводит к возникновению взаимосвязи между поведением, накопленным опытом и чувствами участника общения.

Однако общение в Интернете является опосредованным, в связи с этим имеет ряд особенностей, характерных для всех форм общения в Интернете (анонимность, добровольность контактов, многозначность и т.д.). Эти особенности были выделены исследователями Михайловым В.А. и Михайловым С.В. и их необходимо учитывать при последующем построении модели формирования эмпатии в интернет-общении. Однако, на наш взгляд основной особенностью, влияющей на механизм эмпатии, является отсутствие невербальных средств общения, таких как мимика, жесты, позы и интонации и т.д., так как эмпатия неразрывно связана с эмоциональной составляющей общения.

В настоящее время существует несколько моделей эмпатии, но все они описывают ситуацию реального общения. Наиболее современной и подробной моделью можно назвать модель Е.И. Ичаловской, которая учитывает влияние различных факторов, а также взаимосвязь между прохождением стадий модели и различными формами эмпатии [Ичаловская, 1999]. Основываясь на модели Е.И. Ичаловской, мы разработали теоретическую модель эмпатии с учётом особенностей общения в Интернете (рис. 1).

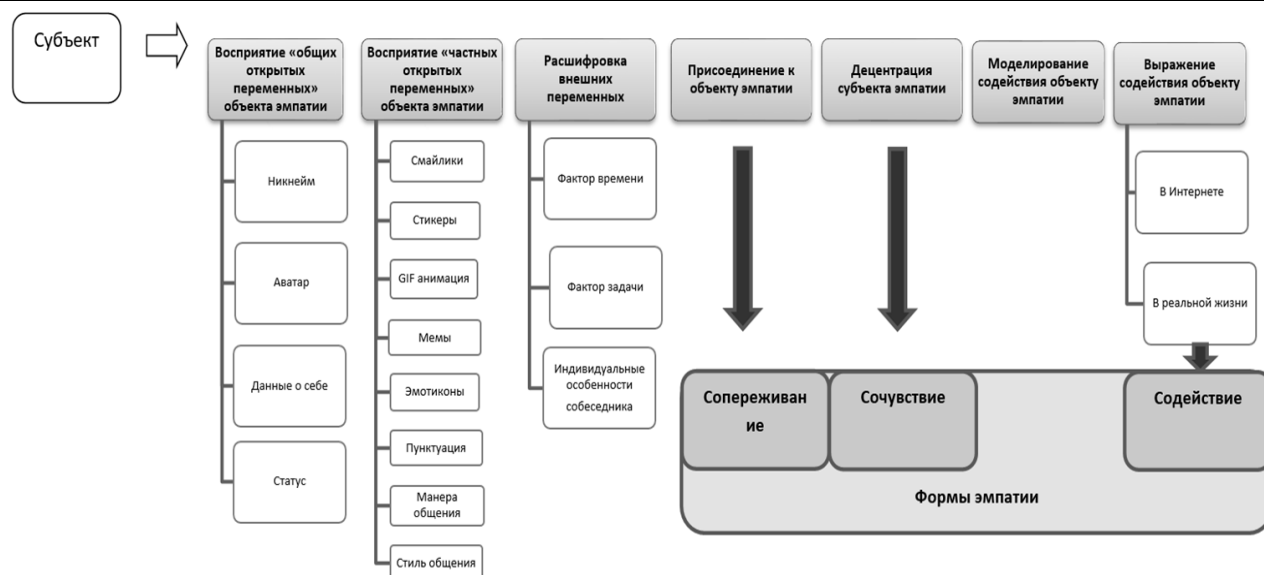


Рисунок 1 – Модель эмпатии в онлайн-коммуникации

Восприятие «общих открытых переменных» объекта эмпатии

На данной стадии происходит идентификация чувств объекта эмпатии. Под термином «общие открытые переменные» мы понимаем те переменные, с которыми пользователь при общении в сети сталкивается в самом начале процесса общения или даже до его начала. Обычно они доступны всем пользователям или определённой группе пользователей (в большинстве случаев это знакомые и друзья) и по сравнению с другими группами переменных их интерпретация не вызывает особых затруднений. Они могут передавать настроение пользователя, его внешность, интересы и т.д. Основной целью использования этих переменных является отражение каких-либо специфических черт характера пользователя и помощь в создании достаточно точного впечатления у собеседников о его внутреннем духовном мире и статусе. Они являются желательными, но не обязательными атрибутами участников общения в Интернете. Стоит отметить, что данные переменные относительно редко изменяются пользователем, поэтому иногда они не несут смысловой нагрузки в процессе общения и даже могут привести к ошибкам восприятия.

Из-за особенностей общения в Интернете идентификация чувств происходит посредством восприятия следующих «общих открытых переменных» пользователя:

Никнейм, «(ник; англ. Nickname) – сетевое имя – псевдоним, используемый пользователем в Интернете, обычно в местах общения (в блогах, форумах, чатах)» [Словарь компьютерных терминов, www]. В качестве никнейма пользователи также могут использовать своё реальное имя, фамилию и даже отчество полностью или частично. Некоторые пользователи используют имена персонажей книг, фильмов, сериалов или используют новый, придуманный ими, никнейм.

Аватар «(просторечн. ава, аватарка от англ. avatar) — графическое представление пользователя, его alter ego, игрового интернет-персонажа. Основной целью аватара является публичное графическое представление пользователя, созданное самим пользователем». На сегодняшний день распространены двухмерные и трехмерные модели аватаров. Несмотря на то, что трехмерные модели аватаров являются более современными и уже обрели широкую популярность среди пользователей в виртуальных мирах и массовых многопользовательских

онлайн-играх, двухмерные изображения (иконки) все ещё активно продолжают использоваться блогерами, участниками социальных сетей, веб-форумов, мессенджеров, чатов и порталов [Fink, 1999]. При этом пользователь может выбрать в качестве аватара как произвольную картинку, так и свою документальную или обработанную фотографию. Кроме того, в качестве аватара может использоваться как произвольная картинка, так и документальная или обработанная фотография пользователя. Интересно отметить, что первые аватары были представлены в виде текста, однако сегодня они не используются [Mulligan, 2003].

Данные о себе. При регистрации на форуме, в социальных сетях и даже порой в сетевых играх требуется ввести информацию о себе, которая может быть полностью или частично видна другим пользователям. Обычно эта информация носит анкетный характер, т.е. пол, возраст, место жительства и т.д.

Статус — «короткая ёмкая фраза, как правило до 160 символов, размещаемая пользователями в своей «анкете» в социальной сети, в микроблоге или агенте мгновенных сообщений» [Марченко, 2012, с. 114]. Большинство пользователей используют статусы с целью сообщить что-либо о своём эмоциональном состоянии.

Восприятие «частных открытых переменных» объекта эмпатии.

Основное отличие данных переменных в том, что они доступны гораздо более узкому кругу лиц по сравнению с «общими открытыми переменными» и появляются в основном в процессе общения. Обычно они доступны только одному пользователю (при диалогическом общении в социальных сетях и т.д.), но иногда и нескольким пользователям. Например, при групповом общении на форумах они доступны всем участникам беседы.

В Интернете из-за отсутствия визуального контакта с собеседником возникла необходимость поиска альтернативного варианта выражения своих эмоций. Этим вариантом стали «частные открытые переменные». Основной целью использования «частных открытых переменных» в процессе общения является выражение эмоций. С каждым годом становится всё больше как видов «частных открытых переменных», так и представителей конкретного вида. Например, смайлики не только постоянно изменяются, но и увеличивается их количество.

«Смайлик, *смайл* (англ. smile) — это идеограмма, изображающая эмоцию» [Этика написания делового электронного письма, www...]. Слово было заимствовано из английского языка и образовано от глагола «to smile», что в переводе означает «улыбаться». Составляющими смайликов являются различные символы, в том числе и служебные.

Широкое распространение смайлики получили благодаря Интернету и SMS, хотя сегодня они используются повсеместно. Так как смайлики являются динамично развивающейся системой, то не существует устойчивого раз и навсегда принятого набора знаков. В попытке передать всё многообразие мимики человеческого лица с помощью смайликов, постоянно разрабатываются новые смайлики, с каждым годом увеличивается их количество. Кроме того, периодически улучшают существующие смайлики для большей их реалистичности.

Основной функцией всех существующих смайликов является установление и поддержание контакта с собеседником, более точное и корректное выражение своего эмоционального состояния.

Существует отдельный вид смайликов, используемый преимущественно для обозначения разных понятий, объектов, действий или состояний пользователя — смысловые. Эти смайлики используются относительно редко.

Стикеры. Прообразом современных стикеров послужили специальные наклейки для товаров с информацией о цене, сроке годности и т.д. Само слово стикер (sticker) было заимствовано из английского языка и образовано от глагола to stick — прилипать. В переводе с английского оно означает «наклейка».

Однако в результате развития социальных сетей стикером сегодня принято называть картинку, прикрепляемую к сообщению. По сравнению со смайликами стикеры значительно крупнее и качественнее прорисованы. Стикеры – это принципиально новый формат передачи эмоций, поэтому некоторые пользователи даже готовы платить за них. Хотя и существуют несколько бесплатных для всех пользователей стикеров, но для пользования большинства из них необходимо платить.

«*GIF анимация, гифка* (англ. Graphics Interchange Format — «формат для обмена изображениями») – популярный растровый формат графических изображений, способный хранить сжатые данные без потери качества в формате не более 256 цветов» [14]. Причиной высокой популярности гифок послужили анимационные изображения, эффект движения которых достигается при помощи строгой последовательности нескольких статичных кадров. При этом время нахождения каждого кадра на экране определено заранее. Некоторые гифки являются циклическими, т.е. воспроизведя последний кадр начинают затем снова воспроизводит первый. Регулируя прозрачность гифок можно не сохранять очередной кадр целиком, а лишь изменения относительно предыдущего, что позволяет существенно упростить создание данного формата анимации и уменьшить её размер.

Мемы. Изначально слово «мем» (англ. mem) обозначало некую «идею, символ, манеру или образ действия», которые могли быть переданы от одного индивида к другому с помощью речевого общения. При этом данная передача идеи также могла осуществляться посредством писем, жестов, ритуалов и т.д. и могла быть выполнена двумя способами: осознанно или не осознанно. Таким образом, мемом может называться любая единица культурной информации. Однако, в основном мемы несут в себе информацию развлекательного или юмористического характера.

Первым исследователем, разработавшим концепцию мема и предложившим данный термин, стал эволюционный биолог Ричард Докинз. В книге «Эгоистичный ген» Р. Докинз высказал предположение о том, что так же как вся биологическая информация состоит из генов, вся культурная информация состоит из других базовых единиц – мемов. Сегодня изучением мемов занимается целая отдельная дисциплина – меметика [Polichak, 2003].

В наше время общественные компьютерные сети являются доступными широким слоям населения. Это послужило не только основной причиной возникновения принципиально новой среды для распространения мемов, но и дало толчок новому социальному явлению— интернет-мемам. «Интернет-мемы - это информация (ссылки, тексты, картинки и т.д.), обычно передаваемая между пользователями посредством сети». В основном цель передачи мема носит развлекательный характер, но иногда с помощью мемов передают информацию совершенно другого рода, например, провокационные мемы.

Основным способом передачи интернет-мемов остаются социальные сети, блогосфера и форумы. По email мемы передают значительно реже. Интересно, что некоторые особо популярные интернет-мемы иногда «выходят за пределы Интернета» и попадают в СМИ. Такие мемы принято называть медиамемами.

«*Эмотикон* (англ. emoticon, emotion icon — «иконка с эмоцией») — пиктограмма, изображающая эмоцию; чаще всего составляется из типографских знаков» [4]. Эмотиконы

разделяют на классические: :-), :-(, o_O; азиатские: (^_^), (>_<), (o_O); в стиле 2channel: (´·ω·`), m(_ _)m; математические и графические (смайлики).

В данной работе, графические эмодиконы, т.е. смайлики были выделены в качестве отдельной «частной открытой переменной» из-за широкого распространения и активного развития. Однако графические эмодиконы (смайлы) – это результат эволюции эмодиконов из типографских знаков в анимированные картинки. Несмотря на то, что смайлики воспринимаются легче, более однозначно и имеют хорошее визуальное оформление, эмодиконы из типографических знаков до сих пор активно используются в Интернете.

Появление первых эмодиконов было обусловлено нуждами пользователей графически изображать эмоции. Несмотря на то, что первые эмодиконы возникли ещё во времена SMS, широкое распространение они получили относительно недавно, с развитием социальных сетей. «Эмодиконы - это паралингвистическое средство письменной коммуникации, т.е. они не являются речевыми единицами, но сопутствуют последним с целью уточнения, конкретизации смысла основного сообщения». Основное предназначение эмодиконов – дополнение смысла высказывания, уточнение его экспрессивно-интонационной окраски. В процессе общения в Интернете пользователи, как правило, их используют совместно с кириллической графикой, включая эмодиконы в структуру высказывания и отделяя их с помощью пробелов или запятых.

«Пунктуация – это система знаков препинания в письменности какого-либо языка, сами правила их постановки в письменной речи, а также раздел грамматики, изучающий эти правила. Пунктуация делает наглядным синтаксический и интонационный строй речи, выделяя отдельные предложения и члены предложений, что облегчает устное воспроизведение написанного». Поскольку в Интернете в большинстве случаев невозможно увидеть и даже услышать своего собеседника, пунктуация приобретает новую функцию и особое значение во взаимопонимании, заменяя интонацию, она помогает передавать эмоции.

В отличие от авторов книг и статей, у пользователя в процессе общения в Интернете обычно нет времени досконально продумать свой ответ, ему необходимо как можно быстрее, короче и понятнее написать собеседнику, ведь общение происходит в режиме реального времени. В связи с этим, пунктуация с появлением Интернета претерпела серьёзные изменения. Точнее в Интернете действуют свои, особые правила пунктуации, а некоторые пользователи вообще предпочитают обходиться без знаков препинания.

Например, в попытке сделать текст более эмоционально насыщенным пользователи добавляют в конце предложений множество восклицательных и/или вопросительных знаков. Не менее активно используется многоточие. Исследователи языка считают, что в процессе общения в Интернете многоточие выполняет две основные функции. Во-первых, с помощью многоточий пользователи задают комфортный ритм пауз в разговоре, сглаживают излишнюю прямоту, убавляют накал, т.е. происходит имитация живого разговора. А во-вторых, многоточие может выполнять функции знака-паразита, неуместно вставляемого после каждой фразы. Кроме того, в отличие от классических правил пунктуации, в процессе общения в Интернете (особенно неформального) не рекомендуется ставить точки в конце предложения, так как есть риск оставить впечатление резкого и даже грубого человека. Предпочтительно вместо точки просто набрать следующее предложение с новой строки.

Манера общения. Манеру общения можно охарактеризовать как индивидуальное использование голоса и тела (манера говорить) при передаче речевого, устного сообщения. Однако так как использование голоса в онлайн-общении часто является невозможным, то, под термином «манера общения в Интернете», мы в основном понимаем формы выражения

недовольства индивидом и знаков внимания другим людям (комплимент, похвала, поддержка). Кроме того, к манере общения в Интернете относятся внешний вид индивида и тон его общения. Например, при общении с коллегами спокойный, уверенный, а иногда и властный тон позволит произвести впечатление компетентного человека, в то время как взволнованным и тем более раздраженным тоном можно оттолкнуть собеседника. Сам тон общения, т.е. громкость и интонацию голоса в сети можно передать исключительно посредством использования заглавных букв (так называемого «капса»), знаков препинания, например, с помощью восклицательного знака, а также с помощью разной скорости набора сообщений и количества слов в одном сообщении. Поведение в процессе общения в Интернете (сдержанное, уверенное, беспокойное, неуверенное, скованное, развязанное) также может быть отнесено к манере общения.

С помощью манеры общения можно передать не только своё настроение, но и отношение к собеседнику. Можно выделить уважительную, пренебрежительную, шутливую, серьезную, озлобленную или доброжелательную манеру общения.

Стиль общения. В качестве одной из основных характеристик стиля общения можно выделить индивидуально-типологические особенности взаимодействия между людьми. При этом нравственно-этические установки личности, её оценки социально-этических установок общества тесно взаимосвязаны с её стилем общения и имеют взаимовлияние друг на друга. Общение по своему стилю может быть различным в зависимости от ситуации: творчески-продуктивным, дружеским, дистанционным (отрешенным), подавляющим (агрессивным), податливым, популистским, заигрывающим, требовательным, деловым и позиционным. Интересно, что часто выбор средств общения и эмоциональная атмосфера взаимодействия обусловлены стилем общения личности.

Расшифровка внешних переменных

В отличие от модели Е.И. Ичаловской, на наш взгляд, в процессе общения в Интернете логичнее говорить о расшифровке внешних переменных, а не сигналов, так как термин «сигнал» подразумевает некоторую однозначность толкования, что редко возможно в Интернете. Одни и те же переменные в отличие от сигналов могут нести разную смысловую нагрузку. Под внешними переменными в данной статье мы понимаем все «внешние» факторы, способные повлиять на результат общения, как положительно, так и отрицательно. К ним относится фактор времени, фактор задачи, индивидуальные особенности собеседника. От точности расшифровки внешних переменных очень часто зависит результативность общения.

Присоединение к объекту эмпатии

Часто процесс эмпатии является «усеченным», заканчиваясь на четвертой или пятой стадии. В случае если четвертая стадия является последней, то мы имеем дело с такой формой эмпатии как сопереживание.

Децентрация субъекта эмпатии

Под децентрацией субъекта эмпатии мы понимаем, принятие точки зрения собеседника субъектом эмпатии. «Благодаря децентрации субъект способен признать существование иной позиции относительно какого-либо явления, и это позволяет предположить, что именно она

лежит в основе способности субъекта к принятию роли другого человека и определяет эффективность коммуникативного взаимодействия».

В случае если пятая стадия является последней, то мы имеем дело с такой формой эмпатии как сочувствие.

Моделирование содействия объекту эмпатии

Можно предположить, что при достаточном высоком уровне эмпатии, средств её выражения, имеющихся в Интернете, становится недостаточно. Следовательно, пользователь стремится перенести общения из виртуального пространства в реальную жизнь. Например, позвонив партнёру по общению или встретившись с ним лично в реальной жизни (при более сильной форме эмпатии).

Выражение содействия объекту эмпатии

На данном этапе происходит непосредственное выражение содействия – самая сильная форма эмпатии. Содействие может быть выражено как в Интернете, но при высоком уровне эмпатии часто содействие выражается в реальной жизни, поскольку Интернет имеет ограниченные средства для передачи эмоций.

Заключение

Таким образом, мы видим, что процесс реализации механизма эмпатии в интернет-общении является линейным и основан на восприятии «общих открытых» переменных (никнейм, аватар, данные о себе, статус), «частных открытых» переменных (стикеры, смайлики, мемы, gif-анимация, эмодзи, пунктуация, стиль общения, манера общения) и внешних переменных (фактор времени, фактор задачи, индивидуальные особенности собеседников). Если механизм эмпатии является усечённым и четвертая стадия «Присоединение к объекту эмпатии» является последней, то данную форму эмпатии можно охарактеризовать как сопереживание. Если механизм эмпатии останавливается на пятой стадии «Децентрация субъекта эмпатии», то мы имеем дело с такой формой эмпатии как сочувствие. Для самой сильной формы эмпатии – содействия, необходимо наличие шестой и седьмой стадии механизма, «Моделирование содействия объекту эмпатии» и «Выражение содействия объекту эмпатии». При этом при сильной форме эмпатии средств передачи эмоций в Интернете становится недостаточно, и пользователь стремится перейти на реальное общение с собеседником.

Библиография

1. Академик URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/114648> (дата обращения: 16.03.2019).
2. Горбатова, Е.А. Эмпатия: Психологическая структура и механизмы реализации / Е.А. Горбатова. – Статья опубликована в научном журнале "Ученые записки СПбГИПСР" Выпуск 2014 №1(21) – [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://socioonom.ru/pub/kategoriya-1/empatiya-psihologicheskaya-struktura-i-mehanizmy-realizatsii>.
3. Дускаева Л. Р., Протопопова О. В. Язык сети Интернет // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. — М.: Флинта: Наука, 2003 — с. 648-651.
4. Знаки препинания в нестандартных ситуациях // Студия Артемия Лебедева URL: <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/143/> (дата обращения: 06.07.2018).
5. Инфографика: сколько времени пользователи проводят в социальных сетях // marketing media review URL: http://mmr.ua/show/infografika_skolyko_vremeni_my_provodim_v_sotssetyah#260109043.1535467907 (дата обращения: 01.02.2019).

6. Ичаловская Е. А. Развитие эмпатических способностей педагогов, работающих с творчески одаренными учащимися: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07: Ростов н/Д, 1999. – 214 с. РГБ ОД, 61:00-19/232-1
7. Кишкель, Е. Н. Управленческая психология: Учебник / Е.Н. Кишкель. - Москва: Высшая школа, 2002. - 270 с.
8. Марченко Н. Г. Феномен «статуса» в социальной сети интернет-коммуникации // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2012. № 4. С. 112–118.
9. Розенталь, Д.Э. Пунктуация и управление в русском языке. Справочники для работников печати / Д.Э. Розенталь. - М.: Книга, 1988. - 542 с.
10. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Сайт «Росинформкультура». URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf (дата обращения: 02.09.2016).
11. Сапига Е.В. Развитие эмпатийных умений у студентов-переводчиков в процессе профессиональной подготовки в вузе: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.08 / Адыг. гос. ун-т. - Майкоп, 2006. – 24 с.
12. Словарь компьютерных терминов. Определение термина Ник URL: <https://web.archive.org/web/20130108115546/http://www.wordzone.ru/glossary/glossary/3662.html> (дата обращения: 16.03.2019).
13. Тайная жизнь знаков препинания в эпоху Интернета // Лаборатория Касперского URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/cyber-slang-peculiarities/9145/> (дата обращения: 06.03.2018).
14. Формат «ГИФ» оказался форматом «ДЖИФ» // Лента.Ру URL: <https://lenta.ru/news/2013/05/22/jif/> (дата обращения: 20.03.2018).
15. Что это такое URL: <https://chto-eto-takoe.ru/sticker> (дата обращения: 20.02.2019).
16. Этика написания делового электронного письма // Деловой мир. Практический онлайн-журнал URL: https://delovoymir.biz/etika_napisaniya_delovogo_elektronного_pisma.html (дата обращения: 20.02.2019).
17. Don't know the difference between emoji and emoticons? Let me explain // The Guardian URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/06/difference-between-emoji-and-emoticons-explained> (дата обращения: 06.08.2018).
18. Fink, J. Cyberseduction: Reality in the Age of Psychotechnology // Prometheus Books. - 1999. - P. 308.
19. Mulligan J., Patrovsky B. Developing Online Games: An Insider's Guide (Nrg-Programming) // New Riders, 2003. — P. 454.
20. Polichak J. W. Memes as Pseudoscience // Shermer M. The Skeptic Encyclopedia of Pseudoscience. Buczynski J. The „Skeptic“Encyclopedia of Pseudoscience // Choice: Current Reviews for Academic Libraries. – 2003. – Т. 40, № 8. – P. 1342. — DOI:10.5860/CHOICE.40-4360.

Theoretical model of empathy mechanism in online communication

Ol'ga V. Kurasova

Assistant,
State University of Management,
109542, 99, Ryazansky av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: olga-efremov@yandex.ru

Abstract

A theoretical model of empathy in online communication is presented. Empathy stages are identified and described. Variables which directly affect the power of empathy are identified, justified, grouped and described ("common open variables", "private open variables" of the object of empathy, as well as "external variables"). The connections between the empathy mechanism stages and its forms (sympathy, compassion, assistance) are traced. The paper shows that the process of implementing the empathy mechanism in Internet communication is linear and based on the perception of "common open" variables (nickname, avatar, personal data, status), "private open" variables (stickers, emoticons, memes, gif- animation, emoticons, punctuation, communication style, communication style) and external variables (time factor, task factor, individual peculiarities of interlocutors). If the empathy mechanism is truncated and the fourth stage "Joining the object of

empathy” is the last one, then this form of empathy can be characterized as empathy. If the empathy mechanism stops at the fifth stage “Decentration of the subject of empathy”, then we are dealing with such a form of empathy as sympathy. For the strongest form of empathy - facilitation, it is necessary to have the sixth and seventh stages of the mechanism, "Simulation of assistance to the object of empathy" and "Expression of assistance to the object of empathy." In this case, with a strong form of empathy for the transmission of emotions on the Internet, it is not enough, and the user tends to switch to real communication with the interlocutor.

For citation

Kurasova O.V. (2019) Teoreticheskaya model' mekhanizma empatii v onlayn-kommunikatsii [Theoretical model of empathy mechanism in online communication]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 8 (1A), pp. 200-210.

Keywords

Empathy, online communication, empathy stages, empathy forms, sympathy, compassion, assistance.

References

1. Akademik [Academician] URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/114648> (data obrashcheniya: 16.03.2019).
2. Gorbatova, E.A. Empatiya: Psihologicheskaya struktura i mekhanizm realizatsii [*Empathy: Psychological structure and mechanisms of realization*] / E.A. Gorbatova. – Stat'ya opublikovana v nauchnom zhurnale "Uchenye zapiski SPbGIPSR" Vypusk 2014 №1(21) – [Elektronnyj resurs]. – 2014. – Rezhim dostupa: <http://socioonom.ru/pub/kategoriya-1/empatiya-psihologicheskaya-struktura-i-mekhanizmy-realizatsii>.
3. Duskaeva L. R., Protopyova O. V. YAzyk seti Internet [*The language of the Internet*] // Stilisticheskij ehnciklopedicheskij slovar' russkogo yazyka / Pod red. M. N. Kozhinoj. — M.: Flinta: Nauka, 2003 — pp. 648—651.
4. Znaki prepiniya v nestandartnyh situacijah [*Punctuation marks in unusual situations*] // Studiya Artemiya Lebedeva URL: <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/143/> (data obrashcheniya: 06.07.2018).
5. Infografika: skol'ko vremeni pol'zovateli provodyat v social'nyh setyah [*Infographics: how much time users spend on social networks*] // marketing media review URL: http://mmr.ua/show/infografika_skolyko_vremeni_my_provodim_v_sotssetyah#260109043.1535467907 (data obrashcheniya: 01.02.2019).
6. Ichalovskaya E. A. Razvitie ehmpaticheskikh sposobnostej pedagogov, rabotayushchih s tvorcheski odarennymi uchashchimisya [*Development of empathic abilities of teachers working with creatively gifted students*]: Dis. ... kand. psihol. nauk: 19.00.07: Rostov n/D, 1999. – 214 p. RGB OD, 61:00-19/232-1
7. Kishkel', E. N. Upravlencheskaya psihologiya [*Management psychology course*]: Uchebnik / E.N. Kishkel'. - Moskva: Vysshaya shkola, 2002. – 270ps. - ISBN 5-06-004301-0 (v per.)
8. Marchenko N. G. Fenomen «statusa» v social'noj seti internet-kommunikacii [*The phenomenon of "status" in the social network of Internet communication*] // Izvestiya YUzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2012. № 4. pp. 112–118.
9. Rozental', D.EH. Punktuciya i upravlenie v russkom yazyke [*Punctuation and management in Russian*] Spravochniki dlya rabotnikov pečati / D.EH. Rozental'. - M.: Kniga, 1988. - 542 p.
10. Savickaya T. E. Internet-memy kak fenomen massovoj kul'tury [*Internet memes as a phenomenon of mass culture*] // Sajt «Rosinformkul'tura». URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf (data obrashcheniya: 02.09.2016).
11. Sapiga E.V. Razvitie ehmpatijnyh umenij u studentov-perevodchikov v processe professional'noj podgotovki v vuze [*Development of empathic skills of students-translators in the process of professional training at the University*]: avtoreferat dis. ... kandidata pedagogicheskikh nauk: 13.00.08 / Adyg. gos. un-t. - Majkop, 2006. – 24p.
12. Slovar' komp'yuternyh terminov [*Dictionary of computer terms*]. Opredelenie termina Nik URL: <https://web.archive.org/web/20130108115546/http://www.wordzone.ru/glossary/glossary/3662.html> (data obrashcheniya: 16.03.2019).
13. Tajnaya zhizn' znakov prepiniya v ehpohe Interneta [*The secret life of punctuation marks in the Internet era*] // Laboratoriya Znakovskogo URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/cyber-slang-peculiarities/9145/> (data obrashcheniya: 06.03.2018).

14. Format «GIF» okazalsya formatom «DZHIF» [*Format " GIF "was the format of "DZHI"*] // Lenta.Ru URL: <https://lenta.ru/news/2013/05/22/jif/> (data obrashcheniya: 20.03.2018).
15. CHto ehto takoe [*What is it*] URL: <https://chto-eto-takoe.ru/sticker> (data obrashcheniya: 20.02.2019).
16. EHtika napisaniya delovogo ehlektronnogo pis'ma [*Ethics of writing a business email*] // Delovoj mir. Prakticheskij onlajn-zhurnal URL: https://delovoymir.biz/etika_napisaniya_delovogo_elektronnogo_pisma.html (data obrashcheniya: 20.02.2019).
17. Don't know the difference between emoji and emoticons? Let me explain // The Guardian URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/06/difference-between-emoji-and-emoticons-explained> (appeal date: 08/06/2018).
18. Fink, J. Cyberseduction: Reality in the Age of Psychotechnology // Prometheus Books. - 1999. - P.308.- ISBN 1-57392-743-0
19. Mulligan J., Patrovsky B. Developing Online Games: An Insider's Guide (Nrg-Programming) // New Riders, 2003. - P. 454.
20. Polichak J. W. Memes as Pseudoscience // Shermer M. The Skeptic Encyclopedia of Pseudoscience. Buczynski J. The „Skeptic“ Encyclopedia of Pseudoscience // Choice: Current Reviews for Academic Libraries. - 2003. - V. 40, No. 8. - P. 1342. - DOI: 10.5860 / CHOICE.40-4360.