

Секция «Психология»

**Эмпатия, рефлексия и идентичность как факторы, опосредующие социальную перцепцию (на примере точности межличностного восприятия персональных страниц социальных сетей)**

**Бронин Игорь Димитриевич**

*Студент*

*Уральский государственный университет им. А.М. Горького, Факультет психологии,  
Екатеринбург, Россия  
E-mail: IDBronin@gmail.com*

С.Д. Гослинг показал, что человек способен с некоторой точностью выводить информацию о личностных чертах другого, основываясь лишь на знакомстве с физической средой обитания последнего (спальня, рабочее место) [4] или с его персональной страницей социальной сети [5]. С.Д. Гослинг высказал гипотезу на основе воззрений интеракционистов: человек в процессе выстраивания своей социальной среды всегда оставляет следы своей идентичности [2]. То же, как показывает С.Д. Гослинг, справедливо и для физической среды и персональных страниц социальных сетей. Физическая среда предоставляет наблюдателю непроизвольно и произвольно оставленные следы идентичности и, в дополнение, указывает на характер взаимодействия человека со средой [4]. Например, наблюдатель может видеть, что у человека рабочее место хорошо организовано, и сделать из этого верный вывод, что владелец этого места обладает высоким уровнем *сознательности* (по опроснику Большая пятерка) [4]. Персональная страница имеет свою специфику: она полна намеренно оставленных следов идентичности [4, 5].

К этой модели, с нашей точки зрения, следует добавить некоторые воззрения герменевтической традиции и, таким образом, рассматривать все – включая персональную страницу социальной сети и физическую среду – как текст. Два подхода – герменевтический и интеракционистский – взятые вместе, позволяют рассматривать персональную страницу социальной сети и физическую среду как тексты, полные значимых символов о другом. Тогда качество выведения информации о другом будет зависеть от качества интерпретации этих «текстов».

Итак, мы предположили, что способность человека выводить информацию о личности другого различна от человека к человеку и зависит от степени развития интерпретативных навыков человека. Мы полагаем, что чем более развиты у человека навыки интерпретации, тем более точную информацию он сумеет получить о человеке на основе знакомства с его страницей социальной сети. Мы полагаем, что переменными, ответственными за качество интерпретации, являются эмпатия, рефлексия и сформированность идентичности, так как первые две переменные это – основные механизмы общения, которое требует от человека точности понимания (или «чтения») значимых символов, «предоставляемых» другим, а идентичность дает "точку отсчета".

Для обоснования предположенной связи мы сочли уместным обратиться не только к позиции интеракционизма, но и к разработкам герменевтики. Так, особый интерес представляют работы В. Дильтея, в которых для нас особенно ценным в ракурсе рассматриваемой проблематики является понятие эмпатии. Для него эмпатия – это возможность человека выйти за пределы себя и другого [3], что, по-видимому, также имеет

связь с процессом рефлексии, потому что такое понимание эмпатии указывает на то, что человек имеет возможность обратиться к образу и себя, и другого.

Концептуализация эмпирических данных может быть также основана на разработках Г. Гадамера и П. Рикёра.

Высказав гипотезу и кратко обосновав ее теоретически, рассмотрим возможный вариант ее эмпирической проверки. Методические основания можно найти в работах С.Д. Гослинга [4, 5].

Одна из первых задач, стоящих перед нами, – измерить уровень эмпатии, рефлексии и самосознания. Существует несколько тестов, позволяющих измерить уровень эмпатии. Один из них – тест эмоциональной эмпатии, разработанный Мехрабианом и Эпштейном. Уровень сформированности идентичности можно измерить посредством теста М. Куна «Кто я?».

Наконец, рефлексия понимается как способность человека отражать, как другой воспринимает его [1]. Эта способность обязательно подразумевает отражение того образа, который человек создает для других, и понимание того, как другой воспринимает (трактует) этот образ. Тогда рефлексия можно измерить следующим образом: предложить респонденту заполнить опросник Большая пятерка, и поставить перед ним задачу оценки не себя, но того, как бы его оценил другой человек (товарищ, например, или менее близкий человек). Затем тот же опросник будет предложен тому, по отношению к кому респондент оценивал впечатление, которое стремился произвести, и его задачей будет оценка наблюдателя. Вывод об уровне рефлексии будет сделан на основе анализа различий между оценкой того, как респондент оценивает свой образ, формируемый для других, и того, как его видят другие: чем менее различны эти показатели, тем выше уровень рефлексии.

После того как мы получим достаточную информацию о наблюдателе, нашей задачей будет измерение качества выведения информации о другом, основанном на восприятии персональной страницы социальной сети. Можно предложить два критерия оценки точности восприятия. Первый – согласованность оценок наблюдателей, рассчитанная по критерию альфа Кронбаха. Второй – разница между оценкой личности автора страницы социальной сети и оценкой той же страницы наблюдателем, рассчитанная с помощью корреляционного теста.

В исследовании должны быть учтены побочные переменные: автор персональной страницы может изменять содержание страницы по ходу исследования [5]; восприятие может опосредоваться стереотипами (возрастными, гендерными или профессиональными, например) [5]; исказить результаты может эффект порядка [5].

Таким образом, можно предложить следующую процедуру исследования:

На первом этапе исследования должны быть получены данные о выраженности опосредующих переменных (эмпатии, рефлексии и идентичности). После того как будет получено достаточно информации о выраженности опосредующих переменных, мы перейдем ко второму этапу исследования: измерению точности выведения информации о другом на основе восприятия его страницы социальной сети. Респондентам будет предложено ознакомиться со страницей социальной сети какого-либо человека. Затем респонденту будет предложено оценить личность автора страницы по опроснику "Большая пятерка". Результаты оценки респондентом автора будут сравнены с оценками других респондентов и с оценкой автора себя по тому же опроснику.

**Литература**

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 384 с.
2. Blumer H. Symbolic Interactionism – Perspective and Method. Englewood Cliffs, NJ, 1969, 208 pp.
3. Gallagher S. Hermeneutics and the cognitive sciences. Journal of Consciousness Studies. Эл. источник: [<http://pegasus.cc.ucf.edu/~gallaghr/gall04h&cs.html>]
4. Gosling S.D., Ko S.J., Mannarelli T., Morris M.E. A Room with a Cue: Personality Judgments Based on Offices and Bedrooms. Journal of Personality and Social Psychology, 2002, Vol. 82, Issue 3, 379-398.
5. Gosling S.D., Vazire S. E-Perceptions: Personality Impressions Based on Personal Websites. Journal of Personality and Social Psychology, 2004, Vol. 87, Issue 1, 123-132.