

Efekt
kameleona

Wojciech Kulesza

Efekt kameleona

Psychologia naśladownictwa

Recenzje:

prof. dr hab. *Dariusz Doliński*

prof. dr hab. *Bogdan Wojciszke*

Redaktor prowadząca:

Anna Raciborska

Redakcja i korekta:

Magdalena Pluta

Projekt okładki:

Katarzyna Juras

Copyright © 2016 by Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.

Publikacja dofinansowana przez

SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny

ISBN 978-83-7383-782-9

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.

ul. Wiślana 8 (róg Browarnej), 00-317 Warszawa

tel./fax 22 692 41 18; 22 826 59 21; 22 828 93 91

dział handlowy: jak wyżej, w. 108

e-mail: info@scholar.com.pl

www.scholar.com.pl

Wydanie pierwsze

Skład i łamanie: WN Scholar (*Jerzy Łazarski*)

Druk i oprawa: Mazowieckie Centrum Poligrafii, Marki

SPIS TREŚCI

Wstęp	11
Podziękowania	13
Rozdział 1. Naśladownictwo w świecie zwierząt i ludzi.	
Zarys mimikry i podstawy efektu kameleona	15
1.1. Mimikra w perspektywie świata zwierząt	15
1.1.1. Psychologia uczenia się zwierząt	16
1.2. Wczesne koncepcje socjologiczne	18
1.3. Wczesne koncepcje psychologiczne	19
1.4. Psychologia społeczna	21
1.4.1. Naśladownictwo jako technika wpływu społecznego	21
1.4.2. Naśladowanie jako podstawa uczenia	21
1.5. Psychologia kliniczna	23
1.6. Psychologia rozwojowa	24
1.7. Synchronia interakcyjna, koordynacja interpersonalna i dopasowanie zachowania (<i>interactional synchrony</i> , <i>interpersonal coordination, behavioral matching</i>)	24
1.8. Mimikra motoryczna (<i>motor mimicry</i>)	30
1.9. Naśladownictwo na poziomie emocji – zarażanie afektywne (<i>mood contagion</i>)	32
1.10. Mimikra emocjonalna	35
1.11. Naśladowanie mowy	37
1.12. Jednoczesne naśladownictwo mowy, zachowań, emocji – dynamiczna psychologia społeczna	38
1.13. Naśladownictwo na poziomie grup – teoria synchronizacji	45
Podsumowanie	49

Rozdział 2. Fundament efektu kameleona: badania Tani Chartrand i Johna Bargha	51
2.1. Eksperyment pierwszy	52
2.2. Eksperyment drugi	55
2.3. Eksperyment trzeci	57
Rozdział 3. Zmienne modyfikujące tendencje naśladowcze	59
3.1. Osobowość/cechy naśladowcy	59
3.1.1. Empatia	59
3.1.2. Obserwacyjna samokontrola	62
3.1.3. Narcyzm	67
3.1.4. Zależność od pola	69
3.1.5. Lęk społeczny	73
3.1.6. Style przywiązania	76
3.1.7. Orientacje społeczne	79
3.2. Stany naśladowcy	83
3.2.1. Tendencje afiliacyjne	83
3.2.2. Wykluczenie społeczne	89
3.2.3. Tendencje prospołeczne i antyspołeczne	91
3.2.4. Stany afektywne	93
3.3. Własności osoby naśladowanej	97
3.3.1. Atrakcyjność fizyczna	97
3.3.2. Atrakcyjność interpersonalna – początkowe nastawienie	106
3.3.3. Podobieństwo do naśladowcy	119
3.3.4. Podobieństwo na poziomie przynależności grupowej	131
Podsumowanie	133
Rozdział 4. Skutki naśladownictwa	138
4.1. Wzrost podatności na wpływ społeczny	138
4.1.1. Perswazja	138
4.1.2. Autorytet	140
4.2. Zmiany w postrzeganiu siebie	141
4.2.1. Spostrzeganie podobieństwa do innych ludzi	141

4.2.2. Aktywizacja ja współzależnego (i jego wpływ na stopień naśladowania)	142
4.2.3. Samoświadomość	148
4.3. Zmiany w postrzeganiu świata społecznego	150
4.3.1. Zmiany spostrzegania naśladowcy	150
4.3.2. Zmiana postrzegania grupy obcej	152
4.3.3. Wiara w sprawiedliwość świata	155
4.3.4. Spadek tendencji do obwiniania ofiar	157
4.3.5. Pozytywna ocena produktów	160
4.3.6. Wzrost sprzedaży	161
4.4. Wzrost prospołeczności	168
4.4.1. Pomaganie innym	168
4.4.2. Dzielenie się (intymnymi) informacjami z innymi ...	169
4.4.3. Zaufanie	173
4.4.4. Prospołeczne tendencje wyborcze	176
4.5. Wpływ mimikry na wzrost kreatywności naśladowanego ...	179
4.6. Obserwacja mimikry	180
4.7. Straty wynikające z naśladownictwa	181
4.7.1. Straty osoby nienaśladowanej	181
4.7.2. Straty osoby naśladowanej	184
4.7.3. Straty osoby naśladowanej	188
Podsumowanie	196

Rozdział 5. Metodologia badań nad tendencjami

do naśladowania	199
5.1. Co jest zachowaniem naśladowczym i kiedy ono występuje?	199
5.2. Co jest kopiowane – czyli jakie zachowania mają być prezentowane i mogą być naśladowane przez osobę badaną? Jak często należy prezentować dane zachowanie?	200
5.3. Jak długa ma być ekspozycja na zachowania, które może naśladować osoba badana?	201
5.4. Zmienne niezależne	202
5.4.1. Wyniki w testach: punkt wyjścia do porównania skłonności do naśladowania między osobami badanymi w zależności od wyników w teście	202
5.4.2. Warunek kontrolny	203

5.5. Zmienne zależne	205
5.5.1. Sposób kodowania i przeliczania tendencji naśladowczych	205
5.6. Jak czułą skalę projektować dla zmiennej zależnej oraz co może mierzyć kwestionariusz?	208

Rozdział 6. Metodologia badań, w których manipuluje się naśladownictwem

6.1. Warunek naśladownictwa	210
6.1.1. Naśladowanie zachowań	210
6.1.2. Naśladowanie ekspresji mimicznych	211
6.1.3. Naśladowanie mowy	214
6.1.4. Jak często i kiedy naśladować?	221
6.2. Warunek nienaśladowania	222
6.3. Kwestie temporalne – jak długo (nie) naśladować?	223
6.4. Warunek kontrolny naśladownictwa	224
6.4.1. Antynaśladowanie = warunek kontrolny?	225
6.5. Zmienna zależna	225
6.5.1. Co mierzyć?	225
6.5.2. Jak „dokładnie” mierzyć – jak czuła powinna być skala?	226

Rozdział 7. Refleksja nad niektórymi fundamentalnymi twierdzeniami

7.1. Spoiwo społeczne	227
7.2. Nieświadomość	229
7.3. Automatyzm	234

Rozdział 8. Pomysły badawcze

8.1. Badania nad fundamentami mimikry i efektu kameleona ...	237
8.1.1. Czy mimikra to spoiwo społeczne?	237
8.1.2. Badania nad świadomością efektu kameleona	238
8.1.3. Mimikra = podobieństwo?	240
8.2. Temporalne aspekty mimikry	240
8.2.1. Temporalne aspekty tendencji naśladowczych	241
8.2.2. Krótko- i długofalowe skutki mimikry	242
8.2.3. Zagadnienia temporalne a synchronizacja	242

8.3. Transfer na inne osoby: „rozlewanie się”/ekstrapolacja	242
8.3.1. Ekstrapolacja a tendencje naśladowcze	243
8.3.2. Ekstrapolacja a naśladowanie osoby badanej	243
8.3.3. Kiedy nie dochodzi do ekstrapolacji?	245
8.3.4. Ekstrapolacja w badaniach nad synchronizacją	245
8.4. Im więcej, tym więcej?	246
8.4.1. Im więcej torowania różnych cech/perspektyw postrzegania świata społecznego, tym więcej naśladowania?	246
8.4.2. Im więcej naśladowania, tym więcej uległości?	246
8.5. Badania udoskonalające metodologię	247
8.5.1. Jak sposób przeliczania tendencji naśladowczych zmienia rozkład wyników?	247
8.5.2. Tworzenie rozbudowanych pętli badawczych: naśladowanie zmienia cechę za nie odpowiedzialną; cecha zwiększa tendencje naśladowcze	247
8.5.3. Zmiana w zakresie zmiennych zależnych	248
8.5.4. Jakie zachowanie jest naśladowaniem, a jakie nie?	248
8.5.5. Nowe metody badawcze	249
8.5.5.1. Awatary i problemy związane z ich wykorzystaniem	250
8.5.5.2. Naśladowanie bez wykorzystania awatara – naśladowanie zachowań	252
8.5.5.3. Naśladowanie bez wykorzystania awatara – naśladowanie emocji	256
8.6. Wpływ mimikry na obserwatora	263
8.7. Nowy trend badawczy: naśladowanie wyobrażenia	264
Literatura cytowana	266
Wykaz rycin i tabel	297
Indeks osób	299