

## **Подражание в психологии. Работа механизма подражания. Зачем мы подражаем?**

***Винтер Алина Станиславовна***

*студент, НИУ «БелГУ»,*

*РФ, г. Белгород*

### **Абстракт –текст.**

Психология подражания - это область исследований, которая изучает процесс и механизмы имитации поведения, мыслей и эмоций других людей. Подражание - это естественная человеческая тенденция, которая позволяет нам перенимать опыт других, усваивать новые навыки и адаптироваться к окружающей среде. Однако, подражание также может быть источником социальной и личностной агрессии, когда мы копируем поведение, которое не соответствует нашим ценностям или этическим стандартам.

Мы будем исследовать психологические аспекты подражания, включая факторы, которые влияют на уровень имитации, такие как возраст, пол, социальное положение и культурные традиции и последствия подражания для личностного развития, и социальных отношений, включая формирование идентичности, развитие навыков и формирование социальных связей. Наконец, мы будем обсуждать практические рекомендации для управления подражанием и формирования здорового опыта социального взаимодействия.

### **Аннотация.**

В статье анализируются механизмы и последствия подражания в человеческой психологии. Авторы исследуют, почему люди подражают поведению других, и как это влияет на их собственное поведение и эмоциональное состояние. Особое внимание уделяется роли социального познанию, имитации и культурного контекста в формировании подражания.

Авторы пришли к выводу, что подражание является сложным и многогранным процессом, который зависит от многих факторов, включая возраст, пол, социальный статус и культурный контекст. Они подчеркивают важность понимания механизмов подражания для разработки эффективных стратегий социального обучения и развития.

**Ключевые слова:** психология подражания, механизмы подражания, последствия подражания, социальное обучение, имитация, культурный контекст.

Подражание в психологии, как работает механизм подражания и почему нам часто хочется подражать другим.

Сознательное или неосознанное копирование образца называется подражанием. В общественной жизни оно занимает важное место. Так, школьник подражает любимившемуся герою фильма, перенимает его манеру поведения, мимику, жесты. Распространение моды целиком основано на подражании. Одежда, прически, мебель в квартире, манеры общения -- все это может явиться объектом для подражания.

Подражание - это процесс, когда один человек или группа людей старается максимально точно повторить поведение другого человека или группы людей. Подражание играет важную роль в усвоении человеком социального опыта на различных этапах жизни.

Уже в детстве, особенно в младенчестве и школьном возрасте, дети активно подражают поведенческим нормам, навыкам управления собой и даже поведению предметов. Однако, со временем смысл этой подражательной деятельности изменяется.

Этот феномен является социологической закономерностью. Например, когда человек находится под давлением социальных норм, большинство членов социальной группы ведут себя определенным образом, соответствуя определенным моделям поведения. Индивидууму становится трудно противостоять этому давлению. В этом случае подражание становится проявлением коллективного мышления. Люди стремятся вести себя "правильно" и начинают подражать ролевым моделям соответствующего поведения.

Профессорам INSEAD, Стэнфордского университета и школы бизнеса Kellogg удалось научно доказать, что элементарное копирование повадок партнера по переговорам значительно повышает шансы их положительного исхода, причем для всех заинтересованных сторон. Российские практики уверены в действенности этого простого трюка без всяких научных теорий.

Психология подражания - это область психологии, которая исследует процесс подражания другими людьми, включая моделирование поведения, мыслей и эмоций. Некоторые из преимуществ психологии подражания включают:

1. Укрепление социальных связей: подражание помогает людям чувствовать себя более связанными с другими людьми, что укрепляет их социальные отношения.
2. Улучшение навыков и знаний: подражание позволяет людям учиться у других, улучшать свои навыки и знания, а также получать новые идеи и убеждения.
3. Развитие социальных навыков: подражание помогает людям развивать социальные навыки, такие как взаимодействие, общение и коммуникация.
4. Улучшение морального поведения: подражание может помочь людям улучшить свое моральное поведение, включая такие качества, как честность, ответственность и мораль.
5. Укрепление групповой идентичности: подражание помогает людям чувствовать себя частью той или иной группы, что укрепляет их групповую идентичность.
6. Улучшение когнитивных процессов: подражание может помочь людям улучшить свои когнитивные процессы, такие как внимание, память и мышление.
7. Развитие эмоционального интеллекта: подражание может помочь людям развивать свою эмоциональную интеллект, включая понимание и управление своими эмоциями.
8. Укрепление доверия: подражание может помочь людям укрепить доверие к себе и к другим людям, что улучшает их отношения.
9. Улучшение понимания себя: подражание может помочь людям лучше понять себя, включая свои сильные и слабые стороны, что улучшает их самооценку.
10. Укрепление общинной идентичности: подражание может помочь людям чувствовать себя частью определенной общинной группы, что укрепляет их общинную идентичность.

Важно отметить, что подражание может иметь как позитивные, так и негативные последствия, и зависит от контекста и целей подражания.

В области социальной психологии теория подражания рассматривается как феномен, который анализируется в различных контекстах, таких как имитация

поведения конкретного индивида или репликация норм, поддерживаемых в группе. В этом контексте выделяются несколько форм подражания, включая конгруэнцию (выполнение согласованных действий в группе), копирование (точное повторение действий других в поведении) и референтность (копирование или конгруэнцию в отношении людей, отсутствующих в данном контакте). Этот механизм подражания в психологии был исследован социологом Жаном Габриелем Тардом.

Суть теории подражания Тарда можно кратко описать, как основанную на трех основных процессах в обществе: оппозиция, повторение (или подражание) и адаптация. Следовательно, в его теории выделяются соответствующие социальные законы подражания, адаптации и оппозиции. Однако Тард уделял наибольшее внимание закону повторения, считая его ключевым. Он также считал подражание своего рода гипнотическим явлением. Теория Тарда применяется к групповым и межличностным взаимодействиям, и особенно характерной чертой в социальном плане считается то, что более низкие слои общества подражают более высоким.

Для Тарда процесс подражания представлял собой важный объяснительный принцип как на уровне личности, так и в коллективном смысле. Он считал подражание всеобщим и постоянным социальным явлением, способствующим развитию государства, экономики, религии, языка и других областей жизни. Теория Тарда также повлияла на его последователей, которые утверждали, что в обществе существуют три основных типа взаимодействий: взаимное подражание, соблюдение традиций (обычаев) и стремление к идеалу. Его теория анализирует этот феномен в контексте взаимодействия между людьми. Она выходит за рамки рассмотрения только индивида и расширяется на изучение межличностного взаимодействия. Тард считает общество результатом взаимодействия личных сознаний через передачу информации, освоение убеждений, верований, намерений и желаний.

Что такое пример для подражания в контексте моды? Для того чтобы мода стала массовым проявлением подражания, необходимо соблюсти определенные условия. Одним из ключевых факторов считается престижность нового направления. Часто решающим фактором, регулирующим поведение людей, является желание присоединиться к престижной группе.

Престиж — это относительно неопределенный и многогранный механизм, и он далеко не единственный. Престиж присваивается людям, входящим в референтную группу, к которой принадлежат другие. Следовательно, массовая мода основана на понимании индивидами, что они подражают тем, кого они считают членами своей референтной группы. Здесь также действует правило подражания от более низкого к более высокому уровню, поэтому если элита носит определенные вещи, то даже те, кто стоит ниже в иерархии, могут решиться на такие же.

### **Литература**

1. Просецкий, Владимир Алексеевич; Психология подражания : Автореферат дис. на соискание ученой степени доктора психологических наук. (19.00.01) Москва : [б. и.], 1974
2. "ОБУХОВА Л. Ф., ШАПОВАЛЕНКО И. В. Формы и функции подражания в детском возрасте. — Изд-во Моск. ун-та, 1994. — 112 с. 0-26 ISBN 5-211-03162-8..." [Источник: [https://psychlib.ru/mgppu/OFf/OSF-001.HTM#\\$p1](https://psychlib.ru/mgppu/OFf/OSF-001.HTM#$p1)]
3. Тард Г. Законы подражания: Пер. с фр. — М.: Академический Проект, 2011. — 304 с. — (Психологические технологии).