

(Nie)świadomy kameleon. Analiza związku między stosowaniem niewerbalnej mimikry, uległością wobec tego procesu a (nie)świadomością

Wojciech Kulesza

SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wydział Zamiejscowy w Poznaniu

W dziedzinie badań nad naśladownictwem nieświadomość efektu kameleona jest traktowana jak dogmat. Przyjmuje się, że osoba naśladowana nie zdaje sobie sprawy z faktu, iż ktoś ją naśladuje i że przez to naśladowanie bardziej lubi naśladowcę. Co więcej, kiedy sama spontanicznie prezentuje zachowania naśladowcze, nie uświadamia sobie takiego postępowania. Zaskakujące jest to, że dotychczas nie sprawdzono, czy uświadomienie skutków naśladownictwa (a więc efektu kameleona) spowoduje zniesienie działania tego mechanizmu. W poniższej pracy analiza takiego uświadomienia stała się przedmiotem bezpośrednich badań. W dwóch eksperymentach naśladowano zachowania niewerbalne osób badanych bądź ich nie naśladowano. Dodatkowo manipulowano uświadomieniem, przekazując (bądź nie) informacje nt. naśladownictwa. Analizowano, czy procedura uświadamiająca osobę badaną zniesie jej uleganie stosowanemu wobec niej naśladownictwu. W obydwu eksperymentach stwierdzono, że uświadomienie nie zniósło efektu kameleona. Pod koniec pracy szeroko dyskutowane są ograniczenia obu badań, przedstawione są pomysły na przyszłe eksperymenty, oraz prowadzona jest dogłębna analiza tego, czy efekt kameleona musi być jednocześnie nieświadomy i automatyczny.

Słowa kluczowe: *naśladownictwo, mimikra, efekt kameleona, świadomość, nieświadomość*

Dzięki licznym badaniom już od kilkunastu lat wiemy, że automatycznie i nieświadomie naśladujemy gesty osoby, z którą aktualnie rozmawiamy (Chartrand, Bargh, 1999, eksperymenty 1 i 3). Wykonujemy podobne gesty i nie zdajemy sobie z tego sprawy. Nie jesteśmy również świadomi tego, gdy nas się naśladuje. Równie automatycznie i nieświadomie ulegamy wpływowi naśladownictwa: np. lubimy swojego naśladowcę (tamże, eksperyment 2).

Wojciech Kulesza, Wydział Zamiejscowy w Poznaniu, Instytut Psychologii, Katedra Psychologii Społecznej, SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa, e-mail: wkulesza@swps.edu.pl

Powstanie artykułu było możliwe dzięki funduszom pozyskanym od Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego przyznanych Wydziałowi Psychologii SWPS w Warszawie (25504/E-560/M-2012).

Korespondencję w sprawie artykułu należy kierować na adres: SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa, e-mail: wkulesza@swps.edu.pl

W niniejszej pracy analizie poddany jest związek między nieświadomością stosowanego naśladownictwa i nieświadomym uleganiem wpływowi naśladownictwa. Pytano bowiem o to, co się wydarzy, gdy osoba badana stanie się świadoma z jednej strony występowania naśladownictwa, z drugiej zaś skutków, jakie rodzi stosowane naśladownictwo. Czy jeżeli istnienie efektu oraz jego konsekwencje społeczne zostaną ujawnione (uświadomione), to efekt przestanie działać? Czy człowiek świadomy naśladowania przestanie lubić swojego naśladowcę? Czy nie zareaguje zniecierpliwieniem, negatywną reakcją, gdyż może dojść do wniosku, że jest przedrzeźniany?

W badaniach nad naśladownictwem mowy niewerbalnej założenie nieświadomości jest twierdzeniem osiowym. Mówi się, że procesy naśladowania i ulegania naśladownictwu pozostają dla podmiotu, wobec którego są stosowane, całkowicie nieświadome i automatyczne. Nie wiemy, że naśladujemy, nie wiemy, że nas się naśladuje, i wreszcie

nie wiemy, że jesteśmy pod wpływem naśladowania nas. Pytanie, co się stanie, gdy fakty naśladowania i ulegania naśladownictwu staną się świadome, jest istotne z kilku powodów. Po pierwsze, choć obecne jest ono w literaturze przedmiotu w postaci hipotez, to nie ma badań hipotezy te weryfikujących. Po drugie, badania nad wpływem społecznym pokazały wprost (np. reakcja, efekt bumerangowy; Aronson, Akert, Wilson, 2009), że uświadomienie sobie wpływu znosi jego skuteczność. W literaturze dotyczącej wpływu społecznego (i psychologii społecznej ogólnie) twierdzi się, że nie ma możliwości, by wywierany wpływ utrzymał swoją skuteczność, gdy jest świadomie rejestrowany przez osobę badaną. Wpływ musi zatem pozostać nieświadomy. W niniejszym tekście stawiane jest pytanie o to, czy podobnie rzecz się ma z efektem kameleona, a więc w przypadku badań nad naśladownictwem. Czy osoby świadome tego, czym jest i do czego prowadzi efekt kameleona, nadal będą ulegać wpływowi tego mechanizmu?

Z uwagi na to, że znakomita większość badań nad nieświadomością i automatyzmem naśladownictwa skupia się na tzw. efekcie kameleona, wokół tej koncepcji przebiegać będzie przegląd literatury. Również na tym gruncie osadzona będzie metoda badawcza dwóch opisanych niżej badań i w tej perspektywie omawiane będą ich wyniki, a także zaprezentowane propozycje kolejnych eksperymentów.

EFEKT KAMELEONA

Termin „efekt kameleona” wprowadzony został do literatury przedmiotu stosunkowo niedawno. Dwoje badaczy: Tanya Chartrand oraz John Bargh (1999), nazwało tak fenomen, który konstituuje dwa mechanizmy: naśladowanie oraz jego skutki. W ramach pierwszego eksperymentu wspomniani badacze sprawdzali, czy: (1) istnieje tendencja do naśladowania gestów osoby, z którą się przebywa; (2) proces ten jest nieświadomy i automatyczny. Aby to zbadać, zaaranżowano sytuację, w której uczestnik eksperymentu proszony był o przedstawienie swoich impresji płynących z pokazanych mu zdjęć. Zadanie to miał wykonywać z drugą osobą, której rola była identyczna. Osoba badana nie była jednak informowana o sekretnym zadaniu stojącym przed interlokutorem, który tak naprawdę był współpracownikiem eksperymentatorów. Rola współpracownika było – oprócz rozmowy o zdjęciach – prezentowanie jednego z trzech zachowań: uśmiechu, pocierania twarzy bądź machania nogą. Badaczy interesowało, czy uczestnik eksperymentu będzie przejmował te gesty. Analiza nagrań wykazała, że zachowania prezentowane osobie badanej zawsze były przez nią naśladowane. Co najważniejsze w kontekście tego artykułu, uczestnicy badania nie byli świadomi ani niewerbalnych gestów prezentowanych przez drugą osobę, ani własnych zachowań naśladowczych.

W drugim eksperymencie badacze poszli krok dalej. Tym razem postanowili odwrócić role i naśladować mowę ciała osób badanych. Celem było sprawdzenie, do jakich skutków interpersonalnych prowadzi naśladowanie drugiej osoby. Aby to przeanalizować, pomocnik eksperymentatora ponownie wcielił się w rolę dyskutanta. Zadaniem tej podstawionej osoby było naśladowanie (lub nie) gestów osoby badanej. Naśladownictwu podlegały gestykulacja oraz wychylanie się nad stołem (przód/tył), na którym leżały dyskutowane zdjęcia. W sytuacji braku naśladownictwa ręce pomocnika spoczywały na podłokietnikach, a obie stopy umieszczone były płasko na podłodze. Po zakończonej rozmowie osoba badana była pytana o to, jak gładko toczyła się dyskusja oraz jak bardzo osoba ta polubiła rozmówcę. Analizy wykazały, że oba wymiary były istotnie korzystniejsze w warunku stosowania naśladowania w porównaniu z warunkiem jego braku. Osoba naśladowana istotnie bardziej lubiła naśladowcę i oceniała interakcję z nim jako przebiegającą swobodniej. Związek między naśladownictwem a jego skutkami nazwany został efektem kameleona. Z punktu widzenia niniejszej pracy równie ważne jest to, że osoby badane nie były świadome tego, iż je naśladowano. Nie zauważały również wpływu naśladownictwa na własne sądy nt. drugiej osoby. Autorzy zatem skonkludowali, że efekt kameleona jest procesem nieświadomym i automatycznym.

Z drugiego eksperymentu Chartrand i Bargha (1999) wynika, że naśladownictwo prowadzi do korzyści dla naśladowcy. W ciągu zaledwie kilku lat kolejni badacze poszerzyli katalog takich zysków. Wykazano np., że od osoby naśladowanej naśladowca może uzyskać: finanse (Kulesza, Szypowska, Jarman, Dolinski, 2014; Kulesza, Dolinski, Huisman, Majewski, 2014; Maddux, Mullen, Galinsky, 2008), zaufanie (Swaab, Maddux, Sinaceur, 2011) i pomoc (van Baaren, Holland, Steenaert, van Knippenberg, 2003). W kolejnych badaniach dowiedziono również, że naśladowca może też w sposób nieetyczny korzystać z dobrodziejstwa płynącego z uprzedniego naśladowania. Na przykład osoba naśladowana chętniej pod wpływem naśladowującego wyrządza krzywdę innym, niewinnym i nieznanym sobie osobom (Wiltermuth, 2012a) oraz ulega prośbom, które prowadzą nawet do eksterminacji zwierząt (Wiltermuth, 2012b). Na potrzeby niniejszego tekstu i dalszego wyводу warto podsumować tę długą listę zjawisk. W żadnym z przytoczonych badań nie stwierdzono, by osoba, która uległa wpływowi naśladownictwa, była świadoma źródła swoich preferencji, zachowań czy opinii ukierunkowanych wobec naśladowcy. Nie zdawała sobie nawet sprawy z faktu stosowanego wobec niej naśladowania. Po raz kolejny zatem, i to w licznych badaniach, potwierdzono, że efekt kameleona jest w pełni automatyczny i nieświadomy.

ROLA NIEŚWIADOMOŚCI I AUTOMATYZMÓW W EFEKCIE KAMELEONA

Zauważmy, że automatyzm i nieświadomość efektu kameleona przenikają całą literaturę przedmiotu. Warto przyjrzeć się bliżej temu, w jaki sposób ukonstytuowano tezę o nieświadomości i automatyzmie. Innymi słowy, jak empirycznie wykazano związek między nieświadomością a efektem kameleona? Na jakiej podstawie tak właśnie się twierdzi?

John Bargh, jeden z twórców pojęcia efektu kameleona, znany jest z licznych badań nad nieświadomością i procesami automatycznymi. Przeszczepił on te pojęcia na grunt badań nad naśladownictwem, otwierając tym samym nowy rozdział w tej dziedzinie psychologii. Aby wykazać, że nieświadomość i automatyzmy mają duże znaczenie w badaniach nad naśladownictwem, konieczne było stworzenie lub zapożyczenie procedury badawczej, która pozwalałaby badać ową świadomość naśladownictwa oraz świadomość własnych sądów interpersonalnych. Procedurą umożliwiającą badanie świadomości jest metoda tzw. *funnel debriefing* („kierowanego, ustrukturalizowanego” wywiadu; Chartrand, Bargh, 1996, 1999). Technika ta opiera się na procedurze wywiadu poeksperymentalnego. Na zakończenie badania pyta się uczestnika eksperymentu o to, czy: (1) zdawał sobie sprawę, że druga osoba była pomocnikiem eksperymentatora; (2) zauważył, by był naśladowany; (3) zakłada, że istniał inny cel badania niż ten, który przedstawiono we wstępie; (4) zauważył, by wykonywał jakieś ruchy podczas badania. Jeżeli na każde z postawionych pytań uczestnik odpowiadał negacją (nie domyślił się prawdziwej roli drugiej osoby, nie zauważył naśladowania, nie zakładał innego celu badania, nie zauważył własnych zachowań „odbiegających od normy”), uznaje się, że był on nieświadomy i działał automatycznie. Tę właśnie metodę zastosowano w większości przytoczonych wyżej badań i dzięki niej potwierdzono, że efekt kameleona jest automatyczny i nieświadomy.

Wydaje się jednak zaskakujące, że do chwili obecnej poza pierwszymi eksperymentami Chartrand i Bargha (1999) nieświadomości i automatyzmu efektu kameleona nie badano w formie właściwego celu pracy. *Funnel debriefing* przedstawia się jedynie jako pośrednią, poboczną metodę procedury eksperymentalnej, która pozwala wykazać, że manipulacja naśladownictwem była właściwa. To znaczy, że niewiele osób domyśliło się „dziwnego” zachowania bądź je zauważyło. Wyjątkiem jest praca Jessiki Lakin i Tani Chartrand (2003), w której autorki podnoszą tę kwestię. Badaczki, konkludując swoje badania nad rolą naśladownictwa w tworzeniu i podtrzymaniu relacji społecznych, zapytały: „Jaki jest związek między świadomą

a nieświadomą mimikrą? (...) Choć pytanie to nigdy nie było przedmiotem empirycznych rozważań, to zakładamy, iż w takim wypadku [gdymimikra jest uświadomiona – przyp. W.K.] naśladowanie zachowań innej osoby nie przyniosłoby korzyści (...). Jeżeli ludzie byłiby świadomi, że są naśladowani (...), lubienie pomiędzy partnerami interakcji by nie wzrosło” (tamże, s. 338). Co ważne, do chwili obecnej pytanie to nie stało się przedmiotem weryfikacji empirycznej. Celem niniejszej pracy było kontynuowanie tego zapomnianego wątku. W zaprezentowanych poniżej badaniach manipulowano świadomością efektu kameleona przy naśladowaniu zachowań niewerbalnych osób badanych. W ten sposób zamierzano odpowiedzieć na pytanie zadane przez Lakin i Chartrand (2003): czy uświadomienie efektu kameleona zniesie jego działanie? Poznanie odpowiedzi wydaje się o tyle pożądane, że pomimo 11 kolejnych lat, jakie minęły od postawienia tego ważnego pytania, problemu nadal nie rozstrzygnięto.

EKSPERYMENT 1

Metoda

Osoby badane. W badaniu wzięło udział 160 studentów (122 kobiety i 38 mężczyzn). Wiek badanych nie był rejestrowany, gdyż w dziesiątkach prac z zakresu naśladownictwa i efektu kameleona nie stwierdzono żadnych zależności między efektem kameleona a wiekiem osób badanych (Kulesza, Szypowska i in., 2014; Kulesza, Doliński i in. 2014). Jednakże na wszelki wypadek kwestię tę podniesiono w kolejnych badaniach opisanych poniżej. Osoby badane były losowo przydzielane do czterech warunków eksperymentalnych. Zgodnie z sugestiami Josepha Simmonsa (Simmons, Nelson, Simonsohn, 2011, 2012) należy wspomnieć, że *a priori* przyjęto, iż w każdym z warunków badawczych weźmie udział po 40 osób badanych. Analizy zaprezentowane w dalszej części pracy opierają się na wszystkich zebranych danych. W przypadku wykluczania danych z analiz równoległe przedstawione są powtórzone stosowne analizy, by ukazać ewentualne różnice uzyskanych zależności. Osoby badane były rekrutowane do badania przez mężczyznę (w wieku około 25 lat, czyli zbliżonym do ich wieku) – pomocnika eksperymentatora. Współpracownik był nieświadomy hipotez badawczych. Udział w badaniu był dobrowolny i anonimowy.

Zmienne.

Zmienne niezależne. W badaniu przyjęto schemat 2 (naśladownictwo) × 2 (uświadomienie). W przypadku pierwszej zmiennej niezależnej osoba badana w trakcie interakcji była (lub nie) naśladowana przez pomocnika eksperymentatora. W przypadku naśladownictwa, identycznie jak w eksperymencie 2 Chartrand i Bargha

(1999), współpracownik naśladował gestykulację oraz pozycję ciała (wychylenie się w przód, odchylenie się) osoby badanej. W warunkach braku naśladownictwa obie nogi pomocnika eksperymentatora spoczywały płasko na podłodze, ręce były umieszczone na kolanach, a pozycja ciała była wyprostowana w ten sposób, by nie odrywać pleców od oparcia. Wszystkie te zabiegi miały na celu wyeliminowanie możliwości spontanicznego naśladowania osoby badanej w warunkach kontrolnych.

Manipulacja świadomością efektu kameleona również przyjęła dwie postaci. Przed rozpoczęciem właściwej rozmowy osoba badana była (lub nie) uświadamiana na temat istnienia efektu kameleona. W pierwszym przypadku dowiadywała się, że „istnieje proces wzajemnego naśladowania się ludzi (tzw. efekt kameleona)”. W drugim warunku (kontrolnym) nie otrzymywała żadnej informacji o efekcie kameleona.

Zmienna zależna. Zmienną zależną była kwota datku przekazanego na cel charytatywny (co jest powszechnie stosowaną procedurą: Fischer-Lokou, Martin, Guéguen, Lamy, 2011; Kulesza, Doliński i in., 2014; Müller, Maaskant, van Baaren, Dijksterhuis, 2012; Stel, van Baaren, Vonk, 2008; van Baaren i in., 2003). Prośba o finansowe wsparcie bezdomnych zwierząt kierowana była do osoby badanej pod koniec interakcji. W trakcie tej interakcji manipulowano obecnością naśladownictwa. Cała kwota zebrana podczas badania przekazana została organizacji charytatywnej, która upoważniła badacza do zbiórki pieniężnej.

Procedura badania. W kafeterii uniwersyteckiej do samotnie siedzącej osoby (chodziło o wyeliminowanie tendencji autoprezentacyjnych w obecności osób trzecich – por. Rind, Benjamin, 1994) podchodził pomocnik eksperymentatora. Pytał, czy może przeprowadzić wywiad nt. „zachowań zwierząt”. Tłumaczył, że przygotowana jest konferencja dotycząca psychologii ewolucyjnej i konieczne jest „rozeznanie w tym, co ludzie sądzą o ząbieniu się świata ludzi i zwierząt”. W przypadku wyrażenia zgody współpracownik dosiadał się do stolika (por. procedurę w Chartrand, Bargh, 1999, eksperyment 2: wszystkie badania prowadzone są na siedząco, by móc naśladować wychylenie się nad stolikiem) i przeprowadzał zapowiedziany wywiad.

W trakcie trwania wywiadu osoba badana pytana była przez pomocnika eksperymentatora np. o to, co sądzi o teorii ewolucji Darwina, bądź o kwestie podobieństwa zachowania zwierząt i ludzi. Wywiad ten był ustrukturalizowany i przebiegał zawsze w tej samej sekwencji 10 pytań. Takie ściśle zaplanowanie rozmowy miało na celu wyeliminowanie zmienności w interakcji między

warunkami badawczymi. Zauważmy wreszcie, że treść wywiadu oscylowała wokół ludzi i zwierząt, by umożliwić płynną manipulację świadomością efektu kameleona. Chodziło o to, by w sytuacji uświadamiania osoby badanej (a więc mówienia o efekcie kameleona i jego skutkach) istniała logiczna ciągłość poruszanych kwestii (wywiad, manipulacja świadomością). Z tego samego powodu cel charytatywny (zmienna zależna), jakim było wsparcie zwierząt, był powiązany z całością interakcji.

Podczas około siedmiominutowej rozmowy manipulowano obecnością naśladownictwa oraz świadomością efektu kameleona. W przypadku pierwszej zmiennej naśladowanie (w warunkach kontrolnych: brak naśladowania) kontynuowano przez cały czas trwania wywiadu. Jeżeli uświadomienie osoby badanej miało mieć miejsce, to pojawiało się zawsze w pierwszej części wywiadu (około trzeciej minuty). W tym warunku osoba badana dowiadywała się, że „przykładem podobieństwa między ludźmi a zwierzętami jest wzajemne naśladowanie zachowań, które służy tworzeniu relacji”.

Po zakończeniu wywiadu pomocnik eksperymentatora kierował do osoby badanej prośbę o finansowe wsparcie akcji charytatywnej polegającej na pomocy bezdomnym kotom. Datki zbierano do tekturowej urny z logotypem fundacji umieszczonym na wierzchu pudełka. W pudełku były już drobne monety o łącznej wartości 2 zł, by zmniejszyć możliwość rezygnacji z datku z powodu braku wcześniejszych wpłat (społeczny dowód słuszności). Po zakończeniu każdej interakcji pudełko otwierano i dokonywano dokładnego przeliczenia wrzuconej kwoty (odejmując wspomniane przed chwilą 2 zł). W trakcie badania zebrano 167,89 zł i po zakończeniu badań całość przekazano fundacji działającej na rzecz bezdomnych kotów (Fundacji Argos w Warszawie).

Na koniec osoba badana przechodziła procedurę wywiadu *funnel debriefing* (Chartrand, Bargh, 1996, 1999). Na tym etapie formułowano cztery pytania o: (1) świadomość bycia osobą badaną w eksperymencie; (2) cel badania; (3) świadomość bycia naśladowanym; (4) to, czy coś szczególnego zwróciło uwagę osoby badanej. Jeżeli na choćby jedno pytanie odpowiedziała ona twierdząco, uznawano, że była świadoma manipulacji/celu badania/zachowań pomocnika eksperymentatora. Pytano również o to, czy uczestnik badania miał uwagi co do przebiegu samego badania (nikt nie miał). Upewniano się również, czy udział w badaniu nie obniżył nastroju osoby badanej, i odpowiadano na wszelkie pytania.

Dwanaście osób badanych (z puli 160 uczestników; dziewięć kobiet, trzech mężczyzn; po trzy osoby z każdego warunku eksperymentalnego) odpowiedziało twierdząco choćby na jedno pytanie. Z tego powodu przeprowadzono analizy dla dwu zbiorów danych. W jednym obecne były

wyniki dla wszystkich 160 osób badanych. W drugim zbiorze usunięto wyniki wspomnianych 12 osób.

Warto wreszcie nadmienić, że wartość 12 osób do puli 160 wszystkich uczestników badania jest szeroko raportowana w literaturze. Chartrand i Bargh (1999) w eksperymencie 1 z puli 39 osób badanych wykluczyli cztery, a więc 11%. W eksperymencie 2 z 78 uczestników usunięto wyniki sześciu (8%). W eksperymencie 2 prowadzonym przez Clare Cheng i Tanyę Chartrand (2003) wzięło udział 53 studentów, a usunięto wyniki dwunastu (12%). W artykule Lakin i Chartrand z 2003 r. w pierwszym eksperymencie raportuje się udział 61 osób badanych, a usunięto wyniki ośmiu uczestników (14%). Zatem usunięcie 12 wyników ze 160 nie jest niczym niepokojącym i fakt ten nie powinien budzić wątpliwości metodologicznych.

Wyniki i dyskusja

Z uwagi na nierównoliczność grup pod względem rozkładu płci osób badanych zrezygnowano z analiz porównawczych dla tej zmiennej (choć nie spotyka się w literaturze różnic pod tym względem – por. np. Chartrand, Bargh, 1999, eksperyment 2).

Analiza dla zbioru danych z pełną pulą wyników dla 160 osób badanych. Dwuczynnikowa analiza wariancji w schemacie 2 (naśladowanie) \times 2 (uświadamianie) wykazała istnienie dwóch efektów głównych oraz brak efektu interakcyjnego. Kwota donacji na cel charytatywny była istotnie wyższa, $F(1, 156) = 13,77; p < 0,001; \eta^2 = 0,09$ ($M = 1,29; SD = 0,09$) w warunku, gdy osoba badana była naśladowana przez pomocnika eksperymentatora, niż w warunku braku naśladownictwa ($M = 0,8; SD = 0,09$). Datek był również istotnie wyższy w warunku braku uświadamienia osoby badanej ($M = 1,33; SD = 0,09$) niż w warunku jej uświadamienia ($M = 0,74; SD = 0,08$), $F(1, 156) = 21,95; p < 0,001; \eta^2 = 0,13$). Efekt interakcyjny dla obu zmiennych okazał się nieistotny, $F(1, 156) < 1; n.i.; \eta^2 = 0,005$.

Analiza dla zbioru danych z wykluczonymi 12 osobami. Zgodnie z sugestią Simmons (Simmons i in., 2011, 2012) przeprowadzono również analizy dla zbioru danych, w którym wykluczono 12 osób badanych świadomych manipulacji/celu badania. Układ wyników był identyczny, zgodny z przedstawionym przed chwilą (choć siła efektów głównych wzrosła). Uzyskano bowiem efekt główny naśladownictwa, $F(1, 144) = 17,12; p < 0,001; \eta^2 = 0,1$. Gdy osoba badana była naśladowana, przekazywała istotnie więcej pieniędzy na cel charytatywny ($M = 1,3; SD = 0,09$) niż w warunku braku naśladownictwa ($M = 0,8; SD = 0,09$). Zanotowano również efekt główny świadomości osoby

badanej, $F(1,144) = 20,96; p < 0,001; \eta^2 = 0,12$). Gdy osoba badana nie była świadoma istnienia efektu kameleona, to przekazywała istotnie wyższe kwoty ($M = 1,33; SD = 0,08$) niż wtedy, gdy była poinformowana o istnieniu efektu kameleona ($M = 0,76; SD = 0,08$). Efekt interakcyjny dla obu zmiennych nadal był nieistotny, $F(1, 144) < 1; n.i.; \eta^2 = 0,003$.

Należy zauważyć, że wyniki są sprzeczne z założeniami Lakin i Chartrand (2003). Badaczki twierdziły bowiem, że uświadamienie osób badanych dotyczące efektu kameleona zniesie jego działanie. Brak efektu interakcyjnego przeczy temu założeniu. Jednocześnie uzyskano replikację efektu naśladownictwa, co potwierdza skuteczność metody eksperymentalnej. Osoba naśladowana ulegała bardziej niż nienaśladowana. Choć wynik ten wydaje się ciekawy i niesie odpowiedź na postawione pytania, to należy zauważyć, że raportowane zależności są zaledwie eksploracyjne. Jest to bowiem pierwsze badanie, w którym wprost podjęto przeanalizowanie zależności między naśladownictwem, jego skutkami a świadomością. Z tego powodu postanowiono przeprowadzić kolejne badanie, zmieniając w nim kilka ważnych elementów.

Po pierwsze, założono, że być może brak związku interakcyjnego między naśladownictwem a uświadamianiem ma swoje źródło w tym, iż zbyt słabo przeprowadzano manipulację tym właśnie uświadamianiem. Zauważmy bowiem, że ogólnie wspomniano, iż naśladownictwo istnieje i wpływa na tworzenie relacji międzyludzkich. Być może osoby badane „nie zarejestrowały” informacji o efekcie kameleona, a następnie nie zauważyły faktu naśladownictwa (choć może temu przeczyć wywiad *funnel debriefing*). W kolejnym badaniu być może należałoby silniej zaakcentować skutek (uległość wobec próśb, lubienie itp.) naśladowania? Postanowiono więc przebudować procedurę wprowadzającą do badania w taki sposób, że kwestia uświadamienia (lub jego braku) miała być silniej zaakcentowana i bardziej widoczna dla osoby badanej. W kolejnym badaniu zaplanowano również, by uświadomienie przebiegało przed interakcją, a nie – jak w ostatnim eksperymencie – w trakcie.

Drugą modyfikacją, wynikającą z poprzednio opisanej zmiany, było wydłużenie czasu interakcji. Zauważmy bowiem, że w oryginalnym badaniu Chartrand i Bargha (1999, eksperyment 2) rozmowa trwała kilkanaście minut, a w przypadku opisanego wyżej badania – zaledwie siedem. Postanowiono więc wyeliminować możliwość, w której brak efektu uświadamienia mógł mieć źródło w zbyt krótkiej interakcji. Zbyt krótki czas naśladowania (w warunku uświadamienia) mógł skutkować tym, że osoba badana nie miała możliwości zauważenia faktu naśladowania, który prezentował rozmówca.

Po trzecie, postanowiono zmienić procedurę uświadamiania w ten sposób, by przyjmowało również wartości pośrednie (uświadomienie jest, ale niepełne). Cel tej zmiany był prosty. Chodziło o sprawdzenie, czy inne formy uświadomienia nie spowodowałyby zmian w rozkładzie wyników.

Po czwarte, w powyższym badaniu zauważono, że istniał brak równoliczności płci (i brak możliwości przeprowadzenia analiz dla tej zmiennej) oraz nie wykonano analiz dla wieku osób badanych. Aby zlikwidować te mankamenty, w kolejnym badaniu założono równoliczny balans płci osób badanych w grupach badawczych oraz rejestrowano ich wiek.

Po piąte, postanowiono również przenieść badanie z miejsca publicznego do laboratorium, gdzie bardziej precyzyjnie można było kontrolować proces badania oraz uzasadnić obecność trzeciej osoby, obserwującej jego przebieg (co będzie miało znaczenie w kolejnym badaniu).

Ostatnia zmiana dotyczyła zmiennej zależnej. Zauważmy bowiem, że w ostatnim badaniu w trakcie uświadamiania mówiono, iż naśladowanie prowadzi do tworzenia relacji społecznych. Po tym komunikacie trwało naśladowanie (lub jego brak) i na koniec proszono o datki. Krytyczny czytelnik mógłby w tym miejscu zauważyć, że sugerowanie, iż naśladowanie prowadzi do lepszych relacji społecznych, nie musi oznaczać, że skutkuje ono jednocześnie wręczaniem naśladowcy wyższych datków. Brak związku między naśladowaniem a uświadamianiem może mieć zatem swoje źródło w złej zmiennej zależnej. Powinna ona być bezpośrednio powiązana z sugerowanym skutkiem: poprawą relacji społecznych. Z tego powodu w kolejnym badaniu zmienną zależną było lubienie partnera interakcji.

EKSPERYMENT 2

Metoda

Osoby badane. Do badań zaproszono 120 studentów (62 kobiety, 58 mężczyzn; wiek: $M = 22,74$; $SD = 2,41$). Do każdego z trzech warunków badawczych losowo przypisano po 40 osób badanych (por. założenia Simmons'a przytoczone wyżej).

Zmienne.

Zmienne niezależne. Model przyjął formę schematu 2 (naśladownictwo) \times 3 (uświadomienie). Pierwszą zmienną niezależną ponownie było **naśladownictwo**. Podobnie jak w badaniu 1 zaprezentowanym wyżej, pomocnik eksperymentatora naśladował (lub nie – w warunkach braku naśladowania) mowę ciała osoby badanej (por. Chartrand, Bargh, 1999, eksperyment 2).

Drugą zmienną niezależną ponownie było **uświadomienie** osoby badanej w zakresie istnienia efektu kameleona i jego

skutków dla relacji społecznych. W warunkach kontrolnym osoba badana nie otrzymywała żadnej informacji o istnieniu naśladownictwa lub o jego społecznych skutkach. W drugim warunkach (roboczo nazwanym: **50% wiedzy**) uczestnik badania informowany był o fenomecie naśladowania się ludzi będących w interakcji. W warunkach tym nie mówiono jednak o społecznych konsekwencjach naśladowania; uczyniono to w trzecim i ostatnim warunkach eksperymentalnym. Także pełna informacja o naśladowaniu (fakt jego istnienia w relacjach międzyludzkich wraz ze wskazaniem skutków w postaci lubienia naśladowcy) obecna była w trzecim warunkach badawczym (roboczo nazwanym: **100% wiedzy**).

Zmienna zależna. Podobnie jak w badaniu 2 Chartrand i Bargha (1999), zmienną zależną był kwestionariusz mierzący lubienie partnera interakcji. Kwestionariusz składał się z siedmiu pytań (np. „uważam, że ta osoba jest miła”, „lubię tę osobę”, „czuję do niej dużo sympatii”). Na siedmiostopniowej skali osoba badana ustosunkowywała się do każdego z pytań (gdzie 1 oznaczało *zdecydowanie nie*, a 7 – *zdecydowanie tak*: im więc wyższa liczba, tym bardziej pozytywne nastawienie wobec drugiej osoby). Narzędzie to okazało się rzetelne (α Cronbacha = 0,91).

Procedura badania. Badanie przeprowadzono na jednym z wydziałów lokalnego uniwersytetu. Osobami badanymi stawali się studenci przebywający w danym momencie na korytarzach czy w kafejkach. Byli oni zapraszani do wzięcia udziału w badaniu. Osobą zapraszającą była pomocniczka 1 eksperymentatora (w wieku około 25 lat, tak by nie odróżniała się wiekiem od osób badanych). Po otrzymaniu wstępnej zgody na udział w badaniu pomocniczka eksperymentatora informowała osobę badaną, że właściwym celem eksperymentu są badania nad komunikacją.

Mówiono, że zadaniem osoby badanej będzie przeprowadzenie przygotowanego wcześniej wywiadu i że ma ona wcielić się w rolę osoby przeprowadzającej wywiad. Wywiad miał dotyczyć zajęć fakultatywnych oferowanych na tej uczelni i miał się odbyć za chwilę, a stroną przepytowaną przez osobę badaną miał być inny, zrekrutowany na potrzeby badania, student. Mówiono również, że osoba, która będzie przepytwana, została poinformowana, iż celem badania jest zebranie informacji nt. fakultetów. Mówiono, że osoba przepytwana nie będzie otrzymywała informacji, iż właściwym celem eksperymentu jest komunikacja (to wiedziała jedynie osoba badana, czyli prowadząca wywiad).

Podsumowując: osoba badana wiedziała o ukrytym celu badania (komunikacja), czego nie wiedziała kolejna osoba. Osoba badana stawała się osobą prowadzącą wywiad nt.

fakultetów i to miało być celem badania dla nowo przybyłej osoby.

Osobie mającej prowadzić wywiad mówiono, że otrzyma listę pytań (dotyczącą fakultetów), które powinna zadać kolejnej osobie. Powinna udawać zainteresowanie tym, co druga osoba mówi w odpowiedzi na przygotowane pytania. Podkreślano jednak, że „prawdziwym” celem badania było zbadanie, jak przebiega proces komunikacji na poziomie niewerbalnym.

W tym momencie następowała pierwsza manipulacja. Pozwalała ona potem sprawdzić, jak uświadomienie efektu kameleona i jego skutków wpłynie na wzbudzone lubienie osoby badanej wobec swojego naśladowcy. Dotyczyła ona **uświadomienia** osoby badanej (prowadzącej wywiad). Manipulacja ta objęła trzy możliwe informacje kierowane do osoby badanej, nazwane roboczo: grupa kontrolna, 50% wiedzy, 100% wiedzy. Jej celem było przekazanie informacji na temat efektu kameleona i jego społecznych skutków. Każdy z kolejnych warunków różnił się od poprzedniego zakresem informacji, jakie przekazywano. W warunku kontrolnym było ich najmniej. W ostatnim (100% wiedzy) było ich najwięcej.

W warunku kontrolnym osoba badana (czyli prowadząca wywiad) dowiadywała się, że „realizowane są badania nad komunikacją interpersonalną”, i była proszona, by wcieliła się w pomocnika eksperymentatora przeprowadzającego krótki wywiad z drugą osobą, która zaraz będzie zrekrutowana do wzięcia w nim udziału. Następnie komunikowano, że zadaniem osoby badanej (prowadzącej wywiad) będzie (oprócz prowadzenia wywiadu nt. fakultetów) częste wykonywanie gestów w obrębie swojej twarzy: pocieranie nosa, brwi, czoła, dotykanie ucha, odgarnianie włosów. Tłumaczono, że ma to związek z badaniami nad szeroko pojętą komunikacją niewerbalną.

W grupie nazwanej **50% wiedzy** do powyższych informacji dodawano następujący komunikat: „istnieją bowiem teorie, że ludzie w trakcie rozmowy naśladują swoje gesty, i chcemy zobaczyć, czy druga osoba będzie Ciebie naśladowała”. W ten sposób osoba badana (prowadząca wywiad) poznawała cząstkową wiedzę nt. efektu kameleona. Cząstkową z tego powodu, że nie otrzymywała informacji o skutkach społecznych naśladowania gestów. Informację tę przedstawiano w trzecim warunku badawczym.

Warunek roboczo nazwany **100% wiedzy** oznaczał sytuację, w której do przedstawionego przed chwilą opisu dodawano ostatnią składową, w pełni opisującą efekt kameleona. Mówiono: „Naśladowanie to prowadzi do lubienia naśladowcy”. W tym warunku osoba badana (prowadząca wywiad) otrzymywała pełną informację o efekcie kameleona i jego skutkach społecznych.

Na koniec osobie badanej (prowadzącej wywiad) wręczano listę pytań koniecznych do przeprowadzenia wywiadu i czekano, aż się z nią zapozna. Tłumaczono, że lista ta jest w rzeczywistości maską do szerszych badań nad komunikacją. Mówiono, że rolą osoby badanej (prowadzącej wywiad) jest przede wszystkim wykonywanie wspomnianych gestów (pocieranie nosa, brwi, czoła, ucha, odgarnianie włosów). Prowadzenie wywiadu to w rzeczywistości pretekst, by podczas interakcji z drugą osobą móc wspomniane gesty wykonywać.

Osobie badanej (która miała prowadzić wywiad) mówiono, że druga (rekrutowana) osoba przybędzie na badanie z przeświadczeniem, iż będzie się ją pytało o opinie na temat zajęć fakultatywnych oferowanych na miejscowej uczelni. Osobie badanej (prowadzącej wywiad) mówiono również, że nowo przybyła osoba, idąc do laboratorium, otrzymała informację, iż jest przygotowywany nowy katalog takich kursów; że konieczne jest stworzenie nowej oferty fakultetów, tak by najlepiej odpowiadała ona potrzebom studentów. Podkreślano, że właśnie „ta druga osoba” (przychodząca do osoby prowadzącej wywiad) ma przekonanie, że w takim badaniu opinii będzie uczestniczyła oraz że osoba przepytwana nic nie wie o innym celu badania (komunikacja).

Podsumowując: osoba badana była informowana, że ma przeprowadzić wywiad z drugą osobą dotyczący fakultetów oferowanych na danej uczelni. Z takim przeświadczeniem miała przyjść kolejna osoba, która miała być w sprawie owych fakultetów przepytwana. Osoba badana (prowadząca wywiad) dowiadywała się jednocześnie, że prawdziwym celem badania jest szeroko pojęta komunikacja niewerbalna. Informacja o tym ukrytym (dla osoby przepytwanej) celu przekazywana była na trzy sposoby w zależności od tego, jak wiele ujawniano o naturze efektu kameleona. Ujawnienie to było manipulacją świadomości tego efektu. Osobę badaną, tj. mającą prowadzić wywiad, proszono, by w jego trakcie wykonywała określone gesty w okolicy swojej twarzy.

Lista konieczna do prowadzenia wywiadu składała się z 12 pytań i osoba prowadząca rozmowę (osoba badana) miała za zadanie zadawać je zawsze w tej samej kolejności. Na wspomnianej liście znajdowały się pytania: „Jakie kursy Ci się szczególnie podobały, a jakie wyjątkowo nie podobały?”; „Który z fakultetów wspominasz najmilej?”; „Czy któryś z fakultetów zainteresował Cię na tyle, że z chęcią byś go powtórzył/a?”; „Jakich fakultetów brakuje Ci w ofercie uczelni?”. Pretesty wykazały, że dyskusja prowadzona według tego scenariusza trwa minimum 22 minuty, co zapobiegało temu, iż rozmowa zakończy się przed zakładanym czasem 15 minut. Należy przypomnieć, że osoba badana (prowadząca wywiad) była świadoma,

że przeprowadzenie wywiadu nie jest właściwym celem badania, ponieważ została poinformowana, że celem badania jest komunikacja, a najważniejszym zadaniem osoby badanej jest wykonywanie gestów w obrębie własnej twarzy.

W kolejnym kroku (i po odpowiedzeniu na ewentualne pytania osoby badanej) uczestnik badania wprowadzany był do małej sali w miejscowym laboratorium. Mówiono, że w tym miejscu będzie prowadzony przez osobę badaną wywiad, czyli właśnie tu miała zadawać pytania z przekazanej jej listy, jednocześnie wykonując wokół swojej twarzy opisane wyżej gesty.

Następnie osoba prowadząca eksperyment wychodziła z tego pokoju, mówiąc, że idzie rekrutować kolejną osobę. Rolą tej nowej osoby miało być udzielanie odpowiedzi na pytania formułowane przez osobę badaną (prowadzącą wywiad). Innymi słowy, rolą uczestnika eksperymentu (prowadzącego wywiad) było przeprowadzenie wywiadu z tą właśnie nowo przybyłą osobą (osobą przepytowaną).

Osobę badaną (prowadzącą wywiad) zapewniano, że to właśnie nowo przybyły miał być „właściwą” osobą poddaną badaniu nad komunikacją/kopiowaniem gestów. Podkreślano, że badaczy interesuje to, co będzie się działo z osobą przepytowaną. Chciano w ten sposób uspokoić osobę badaną, że nie jest do końca istotne to, jak przebiegnie wywiad. Poza tym sednem badania nie było zachowanie osoby badanej (prowadzącej wywiad), ale nowo przybyłej: czy będzie ona naśladowała osobę badaną. Chodziło o maksymalne skoncentrowanie na wykonywaniu gestów i obserwacji ich kopiowania u partnera. Jednocześnie powodowało to, że sytuacja eksperymentalna pozostawała jak najbardziej swobodna dla osoby badanej, gdyż była ona przeświadczona, iż to nie ona jest obiektem zainteresowania badaczy.

Prowadząca eksperyment po chwili wracała w towarzystwie drugiej kobiety (również w wieku około 25 lat – druga pomocnica). Nowo przybyła osoba była przedstawiana jako ta, z którą miała być przeprowadzana rozmowa. W rzeczywistości była ona drugą pomocnicą eksperymentatora (pierwszą była osoba rekrutująca i podająca informacje o celu badania: obie pomocnice pozostawały nieświadome hipotez badawczych), której zadaniem było naśladowanie (lub nie) gestów osoby prowadzącej wywiad (a więc osoby badanej).

Po powitaniu zgromadzonych przez osobę prowadzącą eksperyment wywiad się rozpoczął. Wspomniana pomocnica 1 (osoba rekrutująca do badania) pozostawała w pokoju, śledząc kolejność zadawanych pytań (obecność trzeciej osoby, czyli świadka rozmowy, jest zgodna z procedurą pochodzącą z eksperymentu 2; Chartrand, Bargh, 1999) oraz sprawdzając, czy osoba badana postępuje zgodnie z instrukcją, tj. czy wykonuje gest dotykania/pocierania

twarzy. Chciano w ten sposób wykluczyć możliwość, że osoba badana, nie wykonując tego gestu, nie może być naśladowana przez pomocnicę 2 eksperymentatora. Eliminowano też wariant, w którym osoba badana nie prezentuje gestów, a podstawiona pomocniczka (osoba przepytwana) ma za zadanie nie naśladować gestów prezentowanych przez osobę badaną (prowadzącą wywiad). Taki warunek bowiem przypominałby w istocie wariant naśladowania (bezruchu). Dzięki obserwacji pomocnicy 1 eksperymentatora wiadome było, że w każdym przypadku osoby badane realizowały polecenie i wykonywały sugerowany gest.

Gdy tylko rozmowa dotycząca fakultetów się rozpoczynała, dochodziło do manipulacji naśladowaniem. Manipulacja ta była konieczna, by sprawdzić, czy uświadomienie efektu kameleona i jego skutków zniesie oddziaływanie tego mechanizmu na wzbudzone lubienie wobec osoby naśladowanej. Pomocnica 2 (która odgrywała osobę przepytwaną) naśladowała (lub nie) gest dotykania twarzy prezentowany przez osobę badaną (por. Chartrand, Bargh, 1999, badanie 2, w którym wykazano, że naśladowanie gestów rodzi u osoby naśladowanej lubienie naśladowcy).

Po zakończeniu wywiadu, który trwał zawsze 15 minut, osoba realizująca badanie (pomocnica 1) przerywała dyskusję, tłumacząc to koniecznością przeprowadzenia następnych wywiadów, które „są umówione za chwilę”. Warto nadmienić, że bardzo podobny czas stosowano w oryginalnych badaniach twórców koncepcji efektu kameleona (Chartrand, Bargh, 1999).

Po zakończeniu wywiadu obu stronom dyskusji wręczany był kwestionariusz lubienia (zmienna zależna) wobec drugiej osoby. Mierzono za jego pomocą to, czy zmieni się poziom lubienia osoby badanej wobec pomocnicy 2 w zależności od tego, czy naśladowała ona (lub nie) osobę badaną oraz w jakim stopniu osoba badana była uświadomiona co do efektu kameleona i skutków społecznych (lubienia), jakie rodzi ten mechanizm.

Na sam koniec interakcji przeprowadzano skróconą wersję wywiadu *funnel debriefing* (pytanie brzmiało: „Czy zauważyłeś/aś jakieś szczególne zachowanie rozmowcy?”). Żadna z osób badanych nie wyraziła zastrzeżeń do np. nienaturalności procesu badawczego. Z tego powodu wszystkie analizy prowadzone były na danych zebranych od wszystkich osób badanych. Upewniano się również, że udział w badaniu nie obniżył nastroju osoby badanej, i odpowiadano na wszelkie jej pytania.

Można zauważyć, że opisana wyżej procedura eksperymentalna jest nowatorska w literaturze przedmiotu. Nie stosowano bowiem takiego schematu, w którym osoba badana jest przekonana, że to nie ona jest obiektem badania. Wydaje się, że może to mieć duże znaczenie dla kolejnych badań w tym nurcie eksperymentalnym.

Wyniki i dyskusja

Wstępne analizy nie wykazały żadnego związku płci i wieku osób badanych z lubieniem ($F < 1$; *n.i.*) i z tego powodu zmienne te nie były brane pod uwagę na dalszych etapach porównań. Analiza wariancji prowadzona w modelu 2 (naśladownictwo: osoba badana jest naśladowana vs. nie jest naśladowana przez partnera interakcji) \times 3 (uświadomienie: warunek kontrolny, 50% wiedzy, 100% wiedzy) wykazała istnienie efektu głównego naśladownictwa, $F(1, 114) = 66,75$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,37$. Gdy osoba prowadząca wywiad (osoba badana) była naśladowana przez partnera interakcji, to lubiła osobę przez siebie przepytawaną w istotnie wyższym stopniu ($M = 5,75$; $SD = 0,67$) niż w warunku braku naśladownictwa ($M = 4,68$; $SD = 0,77$).

Analiza dla drugiej zmiennej (świadomość) wykazała brak różnic między warunkami, $F(2, 114) = 2,45$; $p < 0,09$; $\eta^2 = 0,04$. Średnie lubienie w grupie kontrolnej (brak informacji o efekcie kameleona) wyniosło $M = 5,22$ ($SD = 0,92$). W grupie 50% wiedzy średnia osiągnęła poziom 5,04 ($SD = 0,8$), a w grupie z pełną informacją (100% wiedzy) lubienie osiągnęło wartość 5,4 ($SD = 0,95$). Wobec tego, że istotność była bliska słabego trendu (w niektórych badaniach nad naśladownictwem uznaje się taką wartość p za trend; van Baaren i in., 2003), przeprowadzono porównania *post hoc* z poprawką Bonferroniego. Porównania parami wykazały istotną różnicę między grupą, gdzie przekazano 50% wiedzy o efekcie kameleona i pełną informacją [100% wiedzy, $p = 0,09$; $t(78) = 1,8$]. Efekt interakcyjny dla naśladownictwa i świadomości był nieistotny statystycznie, [$F(2, 114) < 1$; *n.i.*; $\eta^2 = 0,009$].

OGÓLNA DYSKUSJA

Należy zauważyć, że przytoczona we wstępie teza Lakin i Chartrand (2003) zakładająca, że uświadomienie zniesie działanie naśladownictwa, nie znalazła potwierdzenia w opisanych powyżej analizach. W zaprezentowanych dwóch kolejnych badaniach uświadomienie osobom badanym efektu kameleona nie znosiło oddziaływania naśladownictwa. Niniejszy tekst jest zatem pierwszą pracą, w której bezpośrednio weryfikowano stawiane, a nigdy nietestowane, hipotezy dotyczące związku między naśladownictwem, jego skutkami a świadomością. Wyniki są o tyle atrakcyjne, że stoją w sprzeczności z tym, co zakładali twórcy wspomnianych hipotez. Z uwagi na to, że powyższa praca jest dopiero eksploracyjna, warto pokusić się o kolejne badania. W ten sposób być może otworzy się dalsza dyskusja nad zagadnieniem nieświadomości efektu kameleona.

Ograniczenia oraz możliwości dla przyszłych badań

Przedstawiane tu badania oczywiście nie wyczerpują możliwych dodatkowych zmian w procedurze. W przyszłych

badaniach można np. przetestować jeszcze inną manipulację „uświadomianiem”. Choć w opisanych badaniach poświęcono tej kwestii sporo uwagi i manipulowano świadomością na różne sposoby, to z całą pewnością można tę kwestię uszczegółowić.

Procedura uświadomiania. Pierwsze, co można z łatwością dostrzec, to to, że uświadomianie w obu powyższych badaniach miało kierunek zawsze zgodny z tym, jak efekt kameleona jest opisywany w literaturze (naśladownictwo rodzi korzyści dla naśladowcy). Zauważmy jednak, że być może jakiegokolwiek uświadomienie mogłoby zmienić rozkład wyników. Taką sytuacją eksperymentalną mogłoby być informowanie osoby badanej, że naśladowanie rodzi niechęć do naśladowcy (np. „nie lubimy, jak się nas papuguje”). W przyszłych badaniach można zatem pokusić się o taki schemat eksperymentalny, w którym uświadomiano by na cztery sposoby. Trzy poziomy byłyby identyczne jak w eksperymencie 2, który został opisany wyżej (100% wiedzy, 50% wiedzy, brak informacji – warunek kontrolny). W czwartym warunku byłaby dodana nieprawdziwa, odwrotna od tej opisywanej w literaturze, wiedza (**100% nieprawdziwej wiedzy**).

Inną kwestią związaną z procedurą uświadomiania jest to, kiedy osoba badana dowiaduje się o efekcie kameleona i czy ma możliwość obserwowania zachowań prezentowanych przez pomocnika eksperymentatora. Można zmienić procedurę w ten sposób, by osoba badana była „silniej świadoma”. Choć w drugim badaniu problem ten został podniesiony (silniej koncentrowano osobę badaną na kwestiach naśladownictwa), to można pójść krok dalej. Przykładem takiej zmiany byłaby sytuacja, w której osoba badana jest „uświadomiana” w momencie, kiedy naśladowanie występuje lub nie (informacja przez słuchawki: „zobacz – druga osoba Cię naśladuje”).

Należy jednak zauważyć, że opisane wyżej schematy badawcze nadal nie uwzględniają jednej ważnej kwestii. Nie mamy bowiem potwierdzenia tego, że osoba badana faktycznie „uświadomiła” sobie naśladowanie. Być może słabość tę można rozwiązać, stosując w badaniach okulograf.

Okulograf jako behawioralna miara świadomości. Jak zauważono we wstępie, na gruncie badań nad naśladownictwem powszechną i jedyną metodą badań nad nieświadomością i automatyzmami naśladownictwa jest *funnel debriefing* (Chartrand, Bargh, 1996, 1999). Przypomnijmy, że jest to miara subiektywna i deklaratywna. Osoba badana retrospektywnie analizuje to, co według niej mogła zobaczyć, a nie to, co faktycznie mogło mieć miejsce. Choć z powodu braku doskonalszych metod nie wypada krytykować tego podejścia, to interesujące byłoby wprowadzenie

bardziej obiektywnego wskaźnika nieświadomości. Wydaje się, że może być nim okulograf. W najnowszych badaniach sugeruje się bowiem, że pomiar długości patrzenia może być wskaźnikiem świadomości i koncentracji (Kuhn, Findlay, 2010; Spering, Pomplun, Carrasco, 2011; van Zoest, Donk, 2010) oraz uwagi (Jonikaitis, Deubel, 2011; Reichle, Reineberg, Schooler, 2010; van der Stigchel, Theeuwes, 2005). Warunkiem koniecznym do stosowania procedury okulograficznej jest takie zaaranżowanie sytuacji eksperymentalnej, w której osoba badana cały czas patrzy na ekran komputera. To na nim musiałaby zachodzić interakcja z naśladowującym (lub nie) pomocnikiem badacza, a jest to przecież możliwe i spotykane w literaturze przedmiotu z zakresu naśladownictwa (np. Kulesza i in., 2015; Stel, Blascovich i in., 2010; Stel, van Baaren i in., 2010). W takiej procedurze dane z okulografu pozwoliłyby porównać, ile czasu uczestnik badania patrzy na osobę, która go naśladuje (lub nie). Czas ten, jak przed chwilą wykazano, mógłby być wskaźnikiem świadomości. Wydaje się, że ten kierunek badań jest szczególnie obiecujący z uwagi na stosunkowo szeroką dostępność okulografów i eksperymentalnych procedur z zakresu naśladownictwa.

Zadania równoległe jako wskaźnik automatyzmów efektu kameleona. Inną, choć nadal pośrednią, metodą pozwalającą analizować postulowany automatyzm efektu kameleona jest wprowadzenie zadania równoległego. W tym przypadku osoba badana brałaby udział w procedurze eksperymentu 1 opisanego przez Chartrand i Bargha (1999). Poddawano by zatem analizie skłonność do naśladowania gestów prezentowanych przez pomocników eksperymentatorów. Prosząc o wykonanie zadania równoległego, można by sprawdzić, czy spada poziom wykonania w porównaniu z warunkiem, w którym proszono by osobę badaną o powstrzymanie się od naśladownictwa (np. Kulesza i in., 2015; Stel, Vonk, 2010), lub z warunkiem wykonania zadania równoległego przy jednoczesnym braku interakcji z drugą osobą. Jeżeli zachowanie takie nie traciłoby na poziomie wykonania, to moglibyśmy mówić o automatyzmie efektu kameleona.

Inne modyfikacje metodologiczne. Przedmiotem innego zarzutu metodologicznego, jaki można sformułować wobec eksperymentu 2, jest instrukcja, gdzie prosi się osobę badaną o prezentowanie gestu (który ma być naśladowany przez partnera interakcji). Słabością w tym badaniu jest fakt, że badacze nie analizowali częstości, z jaką ten gest był prezentowany (należy przyznać, że takich analiz nie prowadzi się w innych badaniach nad naśladownictwem: Maddux i in., 2008; Stel, Vonk, 2010; Swaab i in., 2011). W przyszłych badaniach należałoby zadbać o ten aspekt metodologiczny.

Nieświadomość i automatyzm efektu kameleona.

Procesy łączne czy rozłączne?

W niniejszym opracowaniu, a także we wszystkich cytowanych tu artykułach autorzy jednym tchem wymawiają słowa „automatyzm” i „nieświadomość”, łącząc je jednocześnie z efektem kameleona. Ale przecież nieświadomość nie musi oznaczać automatyzmów (i *vice versa*). Więcej nawet. Z perspektywy teorii pojęcia te nie są tożsame. Przecież automatyzm opisywany jest jako proces, podczas którego nie zachodzi refleksja nad jego przebiegiem i przyczynami, w ramach którego nie dokonuje się świadomych wyborów oraz którego aktorzy pozbawieni są mocy sterowania zachodzącym procesem automatycznym (Nęcka, 2012). Procesy przebiegające w sposób automatyczny są nieodwołalne (po aktywizacji działania nie możemy go zatrzymać), balistyczne (nie dość, że nie można go zatrzymać, to musi zostać ukończone) oraz bezwysiłkowe (nie pochłaniają naszych zasobów poznawczych – Nęcka, 2002). Współautor koncepcji efektu kameleona John Bargh (1999) definiuje automatyzm jako działanie bez intencji podmiotu, niepochłaniające zasobów i poza świadomością.

Z kolei nieświadomość definiuje się jako proces, który przebiega bez zauważenia go przez podmiot i bez możliwości poznawczego wnikięcia wewnątrz. Nie ma więc świadomości ani procesu, ani skutków, do jakich prowadzi (Nęcka, 2002). Bernard Baars (1997, za: Nęcka, Orzechowski, Szymura, 2008) założył, że proces jest nieświadomy, gdy podmiot nie zdaje sobie sprawy z jego trwania. Nie umie go nazwać i opowiedzieć o nim (np. drugiej osobie). Nie może go też odtworzyć, gdy został już zakończony/zatrzymany. Podmiotowi nie są znane przyczyny, jakie doprowadziły do danego stanu. Jedyne, co jest mu dostępne, to skutki owego nieświadomego procesu. Widać więc wyraźnie, że nieświadomość efektu kameleona nie musi oznaczać jednoczesnej automatyzacji tego procesu u osób badanych. I odwrotnie: automatyzacja efektu kameleona nie musi oznaczać nieświadomości tego procesu. Należy zatem z ostrożnością podchodzić do takiego dwutaktowego (automatyzm i nieświadomość) definiowania efektu kameleona.

Uległość: reaktancja, efekt bumerangowy a efekt kameleona

Badacze szeroko pojętego wpływu społecznego twierdzą, że uświadomienie danej osobie, iż wywierany jest na nią wpływ społeczny, skutkuje oporem wobec takiego wpływu. Reakcja taka nazywana jest reaktancją/efektem bumerangowym (Aronson i in., 2009). Innymi słowy, poznawanie i uświadamianie technik wpływu społecznego prowadzi do tego, że trudniej wobec takiej osoby stosować ów wpływ.

Co zaskakujące, prawidłowość taka nie występuje w przypadku efektu kameleona. Wyniki pokazują bowiem, że uświadomienie efektu kameleona i jego skutków nie znosi jego skuteczności. Osoby badane mające wiedzę o naśladownictwie oraz o tym, że rodzi ono lubienie wobec naśladowcy, i tak zaczynają bardziej lubić osobę, która zachowuje się tak jak one.

W świetle psychologii społecznej wynik ten jest nie tylko zaskakujący, lecz także ważny. Okazuje się bowiem, że istnieją takie nieliczne (jeżeli nie jedyne) mechanizmy wpływu społecznego (a efekt kameleona może być interpretowany jako technika wpływu społecznego – por. Kulesza, 2016, w druku), które nie skutkują efektem bumerangowym/reaktancji. Rodzi to choćby ciekawe implikacje praktyczne, gdyż poszerza stosowalność tego wyniku. Osoby, które chcą wywierać wpływ społeczny i stosują naśladownictwo zachowań niewerbalnych, skorzystają nawet wtedy, gdy osoba naśladowana jest nie tylko świadoma badań z zakresu efektu kameleona, lecz także bezpośrednio odczuwa, że jest naśladowana.

PODSUMOWANIE

Wydaje się, że po raz kolejny efekt kameleona może zaskakiwać badaczy procesów naśladownictwa. Okazuje się bowiem, że prawdopodobnie jest to jeden (jeżeli nie jedyne) z nielicznych procesów społecznych, którego uświadomienie nie znosi korzyści dla strony go stosującej. Należy jednocześnie podchodzić z pewną dozą ostrożności do tego twierdzenia, gdyż zaprezentowane wyżej badania są pierwszymi w literaturze przedmiotu, a więc zarazem mają charakter eksploracyjny. Należałoby przeprowadzić więcej badań, aby definitywnie opisać związek między mimikrą, jej skutkami oraz nieświadomością/automatyzmem tej relacji.

PODZIĘKOWANIA

Dziękuję Dariuszowi Dolińskiemu za inspirujące uwagi, które ukierunkowały opisane badania. Dziękuję Pawłowi Kowalskiemu oraz Monice Malesie za pomoc w zebraniu danych. Grzegorzowi Sędkowi oraz Marzenie Cypryńskiej dziękuję za komentarze proponujące nowe metody badania procesu nieświadomości.

LITERATURA CYTOWANA

- Aronson, E., Akert, R. M., Wilson, T. D. (2009). *Psychologia społeczna: serce i umysł*, tłum. A. Bezwińska i in. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Bargh, J. A. (1999). Automatyzmy dnia powszedniego. *Czasopismo Psychologiczne*, 5, 209–256.
- Chartrand, T. L., Bargh, J. A. (1996). Automatic activation of impression formation and memorization goals: Nonconscious

- goal priming reproduces effects of explicit task instructions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71 (3), 464–478, doi: 10.1037/0022-3514.71.3.464.
- Chartrand, T. L., Bargh, J. A. (1999). The chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76 (6), 893–910, doi: 10.1037/0022-3514.76.6.893.
- Cheng, C. M., Chartrand, T. L. (2003). Self-monitoring without awareness: Using mimicry as a nonconscious affiliation strategy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85 (6), 1170–1179, doi: 10.1037/0022-3514.85.6.1170.
- Fischer-Lokou, J., Martin, A., Guéguen, N., Lamy, L. (2011). Mimicry and propagation of prosocial behavior in a natural setting. *Psychological Reports*, 108 (2), 599–605, doi: 10.2466/07.17.21.PR0.108.2.599-605.
- Jonikaitis, D., Deubel, H. (2011). Independent allocation of attention to eye and hand targets in coordinated eye-hand movements. *Psychological Science*, 22 (3), 339–347, doi: 10.1177/0956797610397666.
- Kuhn, G., Findlay, J. M. (2010). Misdirection, attention and awareness: Inattentive blindness reveals temporal relationship between eye movements and visual awareness. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 63 (1), 136–146, doi: 10.1080/17470210902846757.
- Kulesza, W. (2016, w druku). Wpływowy kameleon. Przegląd badań z zakresu mimikry w kontekście technik wpływu społecznego. *Psychologia Społeczna* – numer specjalny pod redakcją D. Dolińskiego, S. Śpiewaka, T. Grzyba, poświęcony wpływowi społecznemu.
- Kulesza, W., Cislak, A., Vallacher, R. R., Nowak, A., Czekieli, M., Bedynska, S. (2015). The face of the chameleon: The experience of facial mimicry for the mimicker and the mimickee. *Journal of Social Psychology*, 155 (6), 590–604, doi: 10.1080/00224545.2015.1032195.
- Kulesza, W., Dolinski, D., Huisman, A., Majewski, R. (2014). The echo effect: The power of verbal mimicry to influence prosocial behavior. *Journal of Language and Social Psychology*, 33 (2), 182–201, doi: 10.1177/0261927X13506906.
- Kulesza, W., Szybowska, Z., Jarman, M., Dolinski, D. (2014). Attractive chameleons sell: The mimicry-attractiveness link. *Psychology and Marketing*, 31 (7), 549–561, doi: 10.1002/mar.20716.
- Lakin, J. L., Chartrand, T. L. (2003). Using nonconscious behavioral mimicry to create affiliation and rapport. *Psychological Science*, 14 (4), 334–339, doi: 10.1111/1467-9280.14481.
- Maddux, W. W., Mullen, E., Galinsky, A. D. (2008). Chameleons bake bigger pies and take bigger pieces: Strategic behavioral mimicry facilitates negotiation outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44 (2), 461–468, doi: 10.1016/j.jesp.2007.02.003.
- Müller, B. C. N., Maaskant, A. J., van Baaren, R. B., Dijksterhuis, A. P. (2012). Prosocial consequences of imitation. *Psychological Reports*, 110 (3), 891–898, doi: 10.2466/07.09.21.PR0.110.3.891-898.
- Necka, E. (2002). Kontrola, świadomość, automatyczność – próba analizy pojęciowej. W: M. Jarymowicz, R. Ohme, D. Doliński

- (red.), *Natura automatyzmów – dyskusje interdyscyplinarne* (s. 86–91). Warszawa: Instytut Psychologii PAN, Academica, Wydawnictwo SWPS.
- Nęcka, E., Orzechowski, J., Szymura, B. (2008). *Psychologia poznawcza*. Warszawa: Academica Wydawnictwo SWPS, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nęcka, E. (2012). Procesy uwagi. W: J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia* (t. 1, s. 445–460). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Reichle, E. D., Reineberg, A. E., Schooler, J. W. (2010). An eye-movement study of mindless reading. *Psychological Science*, 21 (9), 1300–1310, doi: 10.1177/0956797610378686.
- Rind, B., Benjamin, D. (1994). Effects of public image concerns and self-image on compliance. *The Journal of Social Psychology*, 134 (1), 19–25, doi: 10.1080/00224545.1994.9710878.
- Simmons, J. P., Nelson, L. D., Simonsohn, U. (2011). False-positive psychology undisclosed flexibility in data collection and analysis allows presenting anything as significant. *Psychological Science*, 22 (11), 1359–1366, doi: 10.1177/0956797611417632.
- Simmons, J. P., Nelson, L. D., Simonsohn, U. (2012). *A 21 word solution* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2160588). Rochester, NY: Social Science Research Network, <http://papers.ssrn.com/abstract=2160588>.
- Spering, M., Pomplun, M., Carrasco, M. (2011). Tracking without perceiving: A dissociation between eye movements and motion perception. *Psychological Science*, 22 (2), 216–225, doi: 10.1177/0956797610394659.
- Stel, M., Blascovich, J., McCall, C., Mastop, J., van Baaren, R. B., Vonk, R. (2010). Mimicking disliked others: Effects of a priori liking on the mimicry-liking link. *European Journal of Social Psychology*, 40 (5), 867–880, doi: 10.1002/ejsp.655.
- Stel, M., van Baaren, R. B., Blascovich, J., van Dijk, E., McCall, C., Pollmann, M. M., van Leeuwen, M. L., Mastrop, J., Vonk, R. (2010). Effects of a priori liking on the elicitation of mimicry. *Experimental Psychology*, 57 (6), 412–418, doi: 10.1027/1618-3169/a000050.
- Stel, M., van Baaren, R. B., Vonk, R. (2008). Effects of mimicking: Acting prosocially by being emotionally moved. *European Journal of Social Psychology*, 38 (6), 965–976, doi: 10.1002/ejsp.472.
- Swaab, R. I., Maddux, W. W., Sinaceur, M. (2011). Early words that work: When and how virtual linguistic mimicry facilitates negotiation outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47 (3), 616–621, doi: 10.1016/j.jesp.2011.01.005.
- van Baaren, R. B., Holland, R. W., Steenaert, B., van Knippenberg, A. (2003). Mimicry for money: Behavioral consequences of imitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39 (4), 393–398, doi: 10.1016/S0022-1031(03)00014-3.
- van der Stigchel, S., Theeuwes, J. (2005). The influence of attending to multiple locations on eye movements. *Vision Research*, 45 (15), 1921–1927, doi: 10.1016/j.visres.2005.02.002.
- van Zoest, W., i Donk, M. (2010). Awareness of the saccade goal in oculomotor selection: Your eyes go before you know. *Consciousness and Cognition*, 19 (4), 861–871, doi: 10.1016/j.concog.2010.04.001.
- Willemuth, S. S. (2012a). Synchronous activity boosts compliance with requests to aggress. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48 (1), 453–456, doi: 10.1016/j.jesp.2011.10.007.
- Willemuth, S. S. (2012b). Synchrony and destructive obedience. *Social Influence*, 7 (2), 78–89, doi: 10.1080/15534510.2012.658653.

The (Un)aware Chameleon. The relationship between nonverbal mimicry, getting in by mimicry, and (un)awareness of the process

Wojciech Kulesza

University of Social Sciences and Humanities, Faculty in Poznań

ABSTRACT

In a field of mimicry, unawareness of this mechanism is like a dogma. It is assumed that mimicker is neither aware while being mimicked nor of the positive effects that the imitation has on liking of the mimicker. Surprisingly to the date no research addressed the question whether awareness of mimicry would eliminate the impact of 'the chameleon effect'. In this paper two studies have addressed this issue. In both experiments a nonverbal behavior presented by participants was (or was not) imitated and its awareness was manipulated. Both studies showed that making people aware of the chameleon effect did not reduce the impact of this mechanism. Limitations of the studies are discussed, ideas for some future studies as well as an in-depth discussion on unawareness of the chameleon have been presented.

Key words: imitation, mimicry, the chameleon effect, awareness, unawareness

Złożono: 22.12.2014

Złożono poprawiony tekst: 11.02.2015

Zaakceptowano do druku: 16.04.2015