

НАСЛІДУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ОСОБИСТІТЬ

IMITATION AS ONE OF THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF SOCIAL NETWORKS' INFLUENCE ON THE PERSONALITY

Статтю присвячено розкриттю сутності наслідування як одного із соціально-психологічних механізмів впливу соціальних мереж на особистість. Доведено неocenенне значення соціальних мереж у повсякденному житті людей. Наведено позитивні та негативні впливи соціальних мереж на особистість. Наголошено на важливості вивчення причин та передумов впливу соціальних мереж на особистості, у тому числі через наслідування. Здійснено огляд іноземних положень у сфері дослідження наслідування як соціального та психологічного процесу. Наведено напрями сучасних розвідок українських фахівців, які займаються вивченням наслідування. Подано визначення поняття «наслідування», запропоновані українськими науковцями. Указано на відсутність розуміння серед науковців природи наслідування, причин існування цього явища. Запропоновано виділяти як неусвідомлене, так і свідоме наслідування. Виділено індивідуальне та колективне наслідування, а також способи наслідування (імітаційний та кумулятивний), наведено між ними відмінності. Виділено зовнішньо-поведінкову та ціннісну-смыслову площину наслідування. Виділено психологічні потреби та соціальні мотиви, які спонукають до наслідування у соціальних мережах, зокрема потреба в соціальній приналежності, пошук соціального схвалення, формування ідентичності, страх упустити щось важливе, прагнення до успіху або популярності, копіювання поведінкових моделей, тенденції та культура наслідування, психологічний комфорт. Також наведено позитивні аспекти наслідування у соціальних мережах, а саме: розвиток навичок і навчання, мотивація до самовдосконалення, соціалізація і включеність, поширення позитивних тенденцій, психологічна підтримка, розвиток креативності та культурного обміну, моделі відповідальної поведінки тощо. Зроблено висновки та сформульовано перспективи подальших розвідок в окресленій царині.

Ключові слова: наслідування, соціальні мережі, вплив, копіювання, соціальні зв'язки, інфлюенсери, користувачі, об'єкт наслідування, суб'єкт наслідування.

The article is devoted to the disclosure of the essence of imitation as one of the socio-psychological mechanisms of influence of social networks on the individual. The invaluable importance of social networks in everyday life is proved. Positive and negative influences of social networks on the personality are presented. The importance of studying the causes and prerequisites for the influence of social networks on individuals, including through imitation, is emphasized. A review of foreign provisions in the field of imitation research as a social and psychological process is carried out. The directions of modern research of Ukrainian specialists engaged in the study of imitation are presented. The definitions of the concept of "imitation" proposed by Ukrainian scholars are presented. The author points out the lack of understanding among scientists of the nature of imitation and the reasons for the existence of this phenomenon. It is proposed to distinguish both unconscious and conscious imitation. Individual and collective imitation, as well as methods of imitation (imitative and cumulative) are distinguished, and the differences between them are presented. The external-behavioral and value-semantic planes of imitation are distinguished. The author highlights the psychological needs and social motives that motivate imitation in social networks, in particular, the need for social belonging, the search for social approval, identity formation, fear of missing something important, the desire for success or popularity, copying behavioral models, trends and culture of imitation, and psychological comfort. The author also presents the positive aspects of imitation in social media, namely: skill development and training, motivation for self-improvement, socialization and inclusion, spreading positive trends, psychological support, development of creativity and cultural exchange, models of responsible behavior, etc. Conclusions are drawn and prospects for further research in this area are formulated.

Key words: imitation, social networks, influence, copying, social connections, influencers, users, object of imitation, subject of imitation.

УДК 159.9:316.6
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.64.34>

Бєславина Т.І.

к.психол.н., с.н.с.,
доцент
ПВНЗ «Європейський університет»

Петенок Є.П.

аспірант
ПВНЗ «Європейський університет»

Постановка проблеми. Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного світу, впливаючи на різні аспекти життя людини: комунікацію, бізнес, культуру, політику та особистісний розвиток. Так, станом на 2023 р. у світі налічується близько 4,9 млрд користувачів соціальних мереж. Це приблизно 61% від загальної світової чисельності населення. І при цьому з кожним роком кількість користувачів соціальних мереж невпинно зростає. Так, із 2022 до 2023 р. приріст становив близько 4%, що означає додатково 200 млн нових користувачів за рік. Середньостатистичний користувач

проводить близько 2 годин 31 хвилини на день у соціальних мережах [7]. Напевно, цих даних достатньо, аби переконатися у значенні соціальних мереж у нашому житті.

Звісно, говорячи про роль соціальних мереж, ми часто бачимо позитивні аспекти: можливість швидкого зв'язку, обміну інформацією, ідеями, досвідом між людьми з різних куточків світу; зручна, швидка платформа для ведення бізнесу, просування товарів та послуг; мобілізація людей навколо спільних ідей і проблем; простір для навчання та саморозвитку; засіб для самовираження тощо.

Однак важливо підіймати питання і негативного впливу соціальних мереж, який часто ігнорується або приховується, зокрема: розвиток залежності; зниження самооцінки та самоприйняття під впливом ідеалізованих картинок, якими заповнені соціальні мережі; соціальна ізоляція через надання переваги віртуальній комунікації; поширення явищ кібербулінгу; порушення конфіденційності та безпеки особистості; зниження концентрації тощо.

Зважаючи на це, вважаємо за необхідне не просто вивчати позитивні та негативні аспекти впливу соціальних мереж, а й заглиблюватися у механізми та передумови цього впливу. Такий підхід дасть змогу краще зрозуміти, як саме соціальні мережі формують поведінку та свідомість користувачів, як вони впливають на соціальні зв'язки, ментальне здоров'я, ідентичність, соціальні взаємодії тощо.

Одним із таких механізмів є наслідування, який передбачає копіювання стратегій поведінки, оточення, цінностей інфлюенсерів, лідерів думок, знаменитостей тощо і на якому буде зосереджено увагу в рамках публікації.

Аналіз попередніх досліджень. Варто відзначити, що наслідування як соціальний та психологічний процес науковці почали вивчати не так давно. Першим, хто розробив теорію наслідування, вважається французький соціолог та криміналіст Г. Тард. Він уважав, що більшість соціальних процесів засновані на наслідуванні, і його теорія пояснювала, як інновації та звички поширюються через суспільство шляхом імітації.

Американський психолог А. Бандура розробив теорію соціального навчання, стверджуючи, що люди навчаються не лише через особистий досвід, а й через спостереження за іншими.

Р. Чалдіні, американський психолог, описав принцип соціального доказу, за яким люди схильні наслідувати поведінку інших, особливо коли ті виглядають компетентними чи успішними.

Як нові ідеї, продукти та технології поширюються через соціальні системи, у тому числі соціальні мережі, через механізм наслідування досліджував Е. Роджерс.

Відомий у психології автор вікової періодизації Е. Еріксон теж указував на значну роль наслідування у процесі зростання особистості, особливо на ранніх етапах розвитку, коли дитина засвоює соціальні ролі та моделі поведінки.

Щодо українських науковців, то вивченням явища наслідування займаються: В. Крижанівська (розглядає, як молодь наслідує поведінку медіагероїв та вплив зірок і соціальних мереж на формування цінностей та поведінкових моделей); Т. Титаренко (звертає увагу на механізми формування поведінки молоді та дітей через спостереження за моделями із соціального середовища); О. Фільц (вивчає вплив суспільних норм і медіа на поведінкові моделі,

зокрема через механізми наслідування); І. Жадан (розглядає, як через соцмережі формуються колективна поведінка та сприйняття соціальних норм); Н. Чепелева (аналізує процеси наслідування в різних соціальних групах, зокрема у дітей та підлітків).

Та попри наявні наукові напрацювання відкритим питанням залишається особливості та причини наслідування як соціально-психологічного механізму впливу соціальних мереж на особистість.

Мета дослідження. Метою публікації стало узагальнення теоретичних положень щодо сутності наслідування як соціально-психологічного феномену та визначення механізмів та причин його впливу на особистість через соціальні мережі.

Виклад основного матеріалу. Перед тим як розглянути психологічні механізми наслідування у соціальних мережах, вважаємо за доцільне розглянути визначення даного поняття. Так, у психологічній літературі наслідування розуміється як копіювання людиною зовнішніх рис і поведінкових проявів, зразків дій, учинків, певних манер, що характеризують об'єкт пізнання (зразок). При цьому наслідування завжди забарвлене певною емоційною та раціональною спрямованістю [4, с. 104].

Наслідування – це, на думку З. Кісіль і Д. Швець, спосіб засвоєння суспільних традицій, механізм відтворення досвіду дій та вчинків іншої людини (суб'єкта впливу), зокрема його поведінки, манер, зовнішності та ін. Також це орієнтації на приклад, зразок, повторення і відтворення людиною вчинків, жестів, інтонацій іншої людини, копіювання її стилю життя, рис характеру. Завдяки наслідуванню реалізується процес соціалізації, що здійснюється через навчання і виховання [1, с. 123].

Н. Кутузова робить висновок, що наслідування слід визначати «як механізм упровадження впливу, де людина відтворює зразки поведінки та зовнішні риси іншої людини чи певної групи усвідомлено (раціонально) або й неусвідомлено (іраціонально)» [2, с. 265].

Певною мірою наслідування може виявлятися як мода, що визначається як «форма масової поведінки людей, що стихійно виникає під впливом настроїв, захопленнь, смаків, які переважають у суспільстві» [3]. З одного боку, наслідування моді зумовлює певну стандартизацію поведінки людей, робить їх схильними до уподібненої масової поведінки. Така особистість зовні і за поведінкою стає схожою на інших людей, так утрачаються певна індивідуальність та особливість зовнішності чи поведінки. З іншого боку, розумне наслідування моді дає людині свободу від витрати енергії на облаштування свого простору, побуту, зовнішнього вигляду, водночас зберігаючи сили для виконання більш важливих справ, реалізації себе у творчій активності.

Зважаючи на певні подібності у трактуваннях поняття «наслідування», варто відзначити, що природа наслідування дотепер не визначена. Так, деякі дослідники вказують на те, що це звичайна дія, викликана рефлексами людини. Інші вказують на ролі вищих процесів мислення у процесі наслідування. Також надсучасною теорією сьогодні є відкриття дзеркальних нейронів, які, на переконання науковців, уможливають процес наслідування.

Окрім походження процесу наслідування, відкритим залишається питання, наскільки наслідування є свідомим чи несвідомим процесом. Так, часто у наукових працях можна зустріти визначення наслідування як несвідомого, непоміченого прийняття поглядів, цілей або поведінки інших [6].

Однак, як указує Б. Ходжес, незважаючи на те що цей процес часто описують як несвідомий, він тим не менше є вибірковим [8], що означає, що він слідує певним шаблонам, у його природі відіграють важливу роль і психологічні особливості кожного окремого індивіда, суб'єкта наслідування.

Ми переконані, що явище наслідування може бути як несвідомим (несвідома мімікрія), так і свідомим, коли людина спеціально копіює інших.

Українська науковиця Ю. Чаплінська виділяє індивідуальне та колективне наслідування та наголошує на тому, що вони можуть проходити такими способами:

– імітаційний (спосіб зліпка) – сліпе копіювання всіх аспектів життя об'єкта наслідування (його зовнішній вигляд, стратегії поведінки, стиль взаємодії зі світом, мовлення, звички, цінності, ролі, сенси тощо);

– кумулятивний (вибірковий) – копіювання окремих проявів або одного об'єкта наслідування, або декількох. Цей спосіб наслідування є більш творчим, усвідомленим, вибірковим та цілеспрямованим [5, с. 104].

Окрім того, дослідниця відзначає, що наслідування може реалізуватися у двох площинах:

1) зовнішньо-поведінковій (усі явні зовнішні прояви об'єкта наслідування, мова, вимова, жести, поведінкові стратегії та акти, вибори, звички, оточення тощо);

2) ціннісно-смісловій (пов'язана із ціннісно-сміисловою сферою особистості, зокрема переконання, вірування, цінності, сенси, ідентичності, місія тощо) [5, с. 104].

Однак варто відзначити, що наведені вище площини тісно пов'язані між собою та тією чи іншою мірою можуть зумовлювати одна одну. До прикладу, копіювання цінностей визначає поведінку чи вибір особистості або звички визначають ролі тощо.

Отже, явище наслідування, на нашу думку, є важливим механізмом впливу соціальних мереж на особистість та у своїй природі має,

першочергово, соціально-психологічне походження, базуючись на психологічних потребах та соціальних мотивах, а саме:

1. Потребі у соціальній приналежності. Люди мають природне прагнення бути частиною групи, відчувати себе прийнятими і пов'язаними з іншими. Якщо відсутнє відчуття спільноти, то у людини виникає тривога, вона може піддавати сумнівам своє значення та роль у суспільстві, не втрачати зв'язок з ідентичністю тощо. Наслідуючи популярні тренди чи поведінку, людина ж відчуває приналежність до спільноти або субкультури у соціальних мережах. При цьому варто зазначити, що це може бути лише її сприйняттям.

2. Пошуку соціального схвалення. Лайки, коментарі та підписки у соціальних мережах є формою соціального підкріплення. Спостерігаючи за трендами, успішними блогерами, лідерами думок, люди наслідують поведінку, яка приносить позитивну увагу і схвалення від інших, оскільки це задовольняє їхню потребу у визнанні та підвищує самооцінку.

3. Формуванні ідентичності. Соціальні мережі часто використовуються для самовираження та конструювання особистої ідентичності. Люди наслідують інфлюенсерів чи відомих особистостей, щоб створити певний образ себе, з яким вони хотіли б асоціюватися, або щоб знайти свій стиль.

4. Страху упустити щось важливе (FOMO). Люди часто бояться бути виключеними з важливих подій або тенденцій, пропустити популярні рухи, тенденції загалом. Це спонукає їх слідувати за трендами в соцмережах, щоб залишатися обізнаним, бути в актуальному інформаційному потоці і не відчувати себе осторонь.

5. Прагненні до успіху або популярності. Спостерігаючи за успіхом інфлюенсерів та популярних користувачів, люди прагнуть наслідувати їхній шлях, вважаючи, що це допоможе їм досягти подібних результатів у вигляді популярності, успіху або визнання. Однак небезпека криється в тому, що часто люди бачать тільки поверхню, результат, а не весь шлях, який пройшов той чи інший об'єкт наслідування.

6. Копіюванні поведінкових моделей. Люди схильні вчитися через спостереження за іншими, особливо коли не мають власного досвіду в певних сферах. У соціальних мережах це проявляється через наслідування поведінки тих, хто здається успішним або має авторитет. Тобто це те явище соціального навчання, про яке говорив А. Бандура.

7. Тенденціях та культурі наслідування. Соціальні мережі сприяють швидкому поширенню нових ідей, моди та трендів. Люди наслідують їх через звичку підкорятися загальним тенденціям, щоб бути «на хвилі» того, що популярне.

8. Психологічному комфорту. Наслідування інших може зменшувати тривожність щодо

прийняття рішень. Коли людина бачить, що певна поведінка є популярною чи схваленою, вона відчуває себе впевненіше, роблячи такі ж вибори та дії. Однак це не є запорукою отримання результату, який би задовольняв.

Отже, наслідування часто є компенсацією відсутності визнання, нерозуміння та неприйняття себе, втрати ідентичності, страху бути неприйнятним, уникнення відповідальності за свої вибори та дії тощо. Звісно, не варто ігнорувати й позитивні боки наслідування у соціальних мережах, зокрема:

1. Розвиток навичок і навчання. Люди можуть наслідувати корисні поведінкові моделі та дії.

2. Мотивація до самовдосконалення. Наслідування успішних людей або тих, хто пропагує здоровий спосіб життя, може бути джерелом натхнення. Бачачи досягнення інших, користувачі можуть прагнути поліпшити своє фізичне, емоційне або професійне життя, наслідуючи їхній позитивний досвід.

3. Соціалізація і включеність. Наслідування може допомогти знайти соціальні групи або спільноти. Соціальні мережі можуть стати платформою для створення зв'язків та соціалізації на основі спільних інтересів.

4. Поширення позитивних тенденцій. Соціальні мережі можуть служити каналом для поширення позитивних соціальних ініціатив. Люди наслідують тих, хто бере участь у благодійних акціях, соціальних кампаніях або екологічних проектах.

5. Психологічна підтримка. Спостерігаючи за тим, як інші долають труднощі, користувачі можуть відчути підтримку і натхнення. Наслідування може стати джерелом емоційного полегшення, коли користувачі бачать, що вони не єдині у своїх проблемах, і вчаться через досвід інших.

6. Розвиток креативності та культурного обміну. Соціальні мережі відкривають доступ до різноманітних культурних та творчих тенденцій.

7. Моделі відповідальної поведінки. Наслідування позитивних моделей відповідальної поведінки, таких як етика споживання, дбайливе ставлення до природи або активне громадянське залучення, сприяє формуванню більш відповідального суспільства тощо.

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків. Отже, наслідування є лише одним із механізмів впливу соціальних мереж на особистість, природа якого до цього часу не вивчена. У рамках статті ми намагалися сфокусуватися саме на соціальних та психологічних аспектах наслідування у соціальних мережах.

Аналіз процесів наслідування дає змогу зробити кілька важливих висновків. По-перше, наслідування виступає природним механізмом соціалізації, допомагаючи людині адаптуватися до нових умов і прийняти соціально схвалені моделі поведінки.

По-друге, наслідування у соціальних мережах може сприяти як позитивному, так і негативному розвитку особистості. Позитивні аспекти включають стимулювання до саморозвитку, підвищення мотивації, поширення позитивних соціальних тенденцій і креативного обміну. Водночас некритичне наслідування може призводити до втрати індивідуальності, низької самооцінки, залежності від соціальних оцінок і психологічного дискомфорту.

По-третє, розуміння механізму наслідування у соціальних мережах є важливим для розроблення ефективних стратегій впливу на користувачів із метою формування здорових соціальних та психологічних практик.

Загалом наслідування у соціальних мережах є складним і багатограним явищем, що потребує подальших розвідок. Зокрема, перспективними напрямками досліджень можуть бути: психологічні наслідки довготривалого наслідування, кроскультурні дослідження, етика та моральний аспект наслідування, вплив штучного інтелекту та доповненої реальності на особистість тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кісіль З.Р., Швець Д.В. Психологія суспільної свідомості : навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях. Одеса : ОДУВС, 2023. 139 с.
2. Кутуза Н.В. Фактори механізму впровадження комунікативного впливу в масмедійному просторі: теоретичні орієнтири. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика. Прикладні соціально-комунікаційні технології»*. 2022. Т. 33(72). № 1. Ч. 3. С. 263–267.
3. Милославська О.В. Матеріали для вивчення курсу «Психологія міжособистісної та ділової комунікації» (міжфакультетна дисципліна). Тема «Особливості відносин людей при комунікації. Групова динаміка». Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2023. URL: <https://psychology.karazin.ua/dist2020/3kMezhfakMyloslavska3.pdf> (дата звернення: 14.08.2024).
4. Сазонова Т.О., Єріна В.В. Роль психологічних методів управління у формуванні ефективної діяльності підприємства. *Економічний форум*. 2020. № 1. С. 103–109.
5. Чаплинська Ю. Особливості наслідування дітьми медіаперсон у парасоціальних стосунках. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія*. 2020. № 2(12). С. 104–108.
6. Aarts H., Gollwitzer P.M., Hassin R.R. Goal contagion: Perceiving is for pursuing. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2004. № 87(1). P. 23–37.
7. Digital 2024: Global Overview Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (дата звернення: 14.08.2024).
8. Hodges B.H. Conformity and divergence in interactions, groups, and culture. In S.G. Harkins, K.D. Williams, & J.M. Burger (Eds.). *The Oxford handbook of social influence*. Oxford, 2017. P. 87–105.