

PSYCHOLOGICZNE ZESZYTY NAUKOWE
NR 1/2017

PSYCHOLOGICZNE ZESZYTY NAUKOWE
PÓŁROCZNIK INSTYTUTU PSYCHOLOGII UNIWERSYTETU ZIELONOGÓRSKIEGO
NR 1/2017

Człowiek w całości życia: rodzina – edukacja – praca

POD REDAKCJĄ
Tatiany Rongińskiej

Zielona Góra 2017

RADA WYDAWNICZA

Andrzej Pieczyński (*przewodniczący*),
Katarzyna Baldy-Chudzik, Van Cao Long, Rafał Ciesielski,
Roman Gielerak, Bohdan Halczak, Małgorzata Konopnicka, Krzysztof Kula,
Marian Nowak, Janina Stankiewicz, Anna Walicka, Zdzisław Wołk, Agnieszka Ziółkowska,
Franciszek Runiec (*sekretarz*)



RADA NAUKOWA

Lucyna Bakiera (UAM), Lidia Cierpiałkowska (UAM), Maria Czerwińska-Jasiewicz (UKSW), Larysa G. Dikaya (Instytut Psychologii Rosyjskiej Akademii Nauk, Moskwa, Rosja), Iwona Grzegorzewska (UZ), Zbigniew Izdebski (UW, UZ), Zdzisława Janiszewska-Nieścioruk (UZ), Alicja Kuczyńska (UZ), Hanna Liberska (UKW), German S. Nikiforow (Sankt-Petersburski Uniwersytet Państwowy, Rosja), Beata Pastwa-Wojciechowska (UG), Zofia Ratajczak (GWSH), Tatiana Rongińska (UZ), Uwe Schaarschmidt (Universität Potsdam, COPING-Institut der angewandten Psychologie, Wien), Dorota Turska (UMCS), Natalia E. Vodopyanova (Sankt-Petersburski Uniwersytet Państwowy, Rosja), Czesław Walesa (WSEI), Ludwika Wojciechowska (UZ), Tatiana Senko (UJK w Kielcach), Yuri Karandaszew (UJK w Kielcach)

LISTA RECENZENTÓW

Lista recenzentów jest aktualizowana raz do roku; będzie udostępniana na stronie internetowej po ukazaniu się drugiego numeru „Psychologicznych Zeszytów Naukowych”.

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Redaktor naczelny: Tatiana Rongińska
Sekretarz redakcji: Anna Góralewska-Słońska
Redaktor statystyczny: Łukasz Wojciechowski
Redaktor techniczny: Konrad Opaliński
Redaktor językowy: Agnieszka Gruszka

PROJEKT OKŁADKI

Marta Surudo

ADRES REDAKCJI

Uniwersytet Zielonogórski
Wydział Pedagogiki, Psychologii i Socjologii
Instytut Psychologii
Al. Wojska Polskiego 69
65-001 Zielona Góra
Adres internetowy czasopisma: www.pzn.wpps.uz.zgora.pl

© Copyright by Uniwersytet Zielonogórski
Zielona Góra 2017

ISSN 2451-1420

Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego
65-246 Zielona Góra, ul. Podgórna 50, tel./faks (68) 328 78 64
www.ow.uz.zgora.pl, e-mail: sekretariat@ow.uz.zgora.pl

SPIS TREŚCI

OD REDAKCJI	7
-------------------	---

I. KONTEKST RODZINY

JUSTYNA TREPKA-STAROSTA , Powrót do równowagi psychicznej po doświadczeniu straty dziecka	11
ЛЕОНИД В. КУЛИКОВ (LEONID V. KULIKOV), ДАРЬЯ К. ПЕТРОВА (DARIA K. PETROVA) , Социальные представления об отношениях в диаде свекровь–невестка	23

II. KONTEKST EDUKACJI

WIESŁAW ŁUKASZEWSKI , Zaskakujące konsekwencje doświadczania lęków egzystencjalnych ..	41
ИННОКЕНТИЙ А. КОРНИЕНКО (INOKENTIY A. KORNIYENKO) , Совладающее поведение в средней и поздней взрослости	51
DOROTA NIEWIEDZIAŁ , Medialny obraz seksualnego kobiecego ciała a dobrostan obserwatora	63
АНЖЕЛИКА В. ШАМНЕ (ANGELIKA W. SZAMNE) , Отрочество как психосоциальный феномен и возрастная группа в современном социокультурном и жизненном пространстве	77
ІГОР Д. ПАСІЧНИК (IHOR D. PASICHNYK), РУСЛАНА В. КАЛАМАЖ (RUSLANA W. KALAMAZH), МАРІЯ М. АВГУСТЮК (MARIA M. AVGUSTIUK) , The illusion of knowing from perspective of metacognitive monitoring accuracy of educational activity of university students	89

III. KONTEKST PRACY

BARBARA CZARDYBON , Coaching jako proces wspierający racjonalne działanie organizacji.	105
ARTUR DOLIŃSKI , Modyfikacja stylu relacyjnego i strategii rozwiązywania sytuacji trudnych w obszarze zawodowym – komunikat z badań.	123
ŁUKASZ BUDZICZ , Interpretacja statystyk w artykułach naukowych – wskazówki dla praktyków	143
СЕРГЕЙ М. ШИНГАЕВ (SERGEY M. SHINGAEV) , Здоровье в системе ценностей менеджеров	159
DAGMARA GAWRON , Perspektywa oceniania a spostrzegana atrakcyjność twarzy autentycznych: różnice międzypłciowe.	173

IV. DONIESIENIA Z BADAŃ STUDENCKICH

MICHAŁ WOŹNY , Neuroobrazowanie. Przegląd krytyki fMRI	185
NOTY BIOGRAFICZNE	197

OD REDAKCJI

Przedkładamy Państwu pierwszy w 2017 roku numer półrocznika „Psychologiczne Zeszyty Naukowe”.

Artykuły zamieszczone w niniejszym numerze skupiają się wokół trzech tematów od początku obecnych na łamach naszego czasopisma, związanych z funkcjonowaniem człowieka w głównych obszarach życiowych: rodziny, edukacji i pracy.

Wśród autorów tego numeru są przedstawiciele akademickich ośrodków psychologicznych zarówno polskich, jak i zagranicznych.

Opracowania umieszczone w niniejszym numerze mają charakter teoretyczny, przeglądowy, a także są wynikiem badań empirycznych. Tematyka artykułów obejmuje zakresy związane z problemami relacji rodzinnych, poszczególnych etapów edukacyjnych, analizą potencjału zaradczego człowieka w obliczu zagrożeń egzystencjalnych, występujących w życiu osobistym oraz w sferze zawodowej.

W prezentowanym numerze wprowadzamy nową rubrykę – Doniesienia z badań studenckich. Będzie ona zawierała pierwsze próby opracowań naukowych studentów kierunku psychologia Uniwersytetu Zielonogórskiego.

Czasopismo zachęca Czytelników do udziału w dyskusjach naukowych na łamach naszego półrocznika. Zapraszając Czytelników do lektury kolejnego numeru „Psychologicznych Zeszytów Naukowych”, pragnę podziękować wszystkim Autorom i Recenzentom za rzetelną pracę i trud włożony w powstanie prezentowanego numeru czasopisma.

Serdecznie zapraszamy wszystkich zainteresowanych problematyką badań psychologicznych do współpracy w przygotowaniu i współredagowaniu czasopisma.

Tatiana Rongińska

I

KONTEKST RODZINY

JUSTYNA TREPKA-STAROSTA

Ośrodek Leczenia Nerwic i Zaburzeń Jedzenia „Dąbrówka” w Gliwicach

POWRÓT DO RÓWNOWAGI PSYCHICZNEJ PO DOŚWIADCZENIU STRATY DZIECKA

Śmierć dziecka jest niewątpliwie najtrudniejszym doświadczeniem w życiu dorosłego człowieka, z którym przyszło mu się zmierzyć. Rodzic potrzebuje czasu, by przeżyć żałobę, by poradzić sobie z ogromnym bólem i cierpieniem. Bez odpowiedniego wsparcia ze strony otoczenia jego powrót do równowagi może być jeszcze trudniejszy lub nawet niemożliwy do osiągnięcia.

Catherine M. Sanders (2001) na podstawie swoich wieloletnich badań dotyczących problematyki osierocenia doszła do wniosku, że „spośród wszystkich doświadczanych kiedykolwiek w życiu strat, śmierć dziecka okazała się zdecydowanie najbardziej znaczącym przeżyciem” (Sanders, 2001, s. 12). Według autorki cierpienie, którego doświadczają rodzice, „jest znacznie głębsze i silniejsze niż jakikolwiek inny rodzaj bólu” (Sanders, 2001, s. 15). Jego intensywność, natężenie, a także czas trwania dotykają człowieka, budując w nim przekonanie, że nigdy nie będzie w stanie odzyskać zdrowia (Sanders, 2001, s. 15). Dzieje się tak dlatego, gdyż „stosunek rodziców do własnych dzieci jest jedyny w swoim rodzaju” (Sanders, 2001, s. 20). Więzy łącząca rodziców z dziećmi jest znacznie potężniejsza od tak zwanych więzów krwi, ponieważ dzieci są częścią rodziców. W swoich potomkach ludzie odnajdują część siebie, wzmacnianą takimi stwierdzeniami, jak: „ma moje oczy”; „to cała mama” albo „cały tata”; „ja też taka byłam w jej wieku” itp. Dorośli identyfikują się ze swoimi dziećmi także dlatego, że wychowując je, dzielą z nimi obszar swojego życia (Sanders, 2001, s. 21). Ponadto z biologicznego punktu widzenia dzieci są przyszłością rodziców, ich nadzieją na pewną formę nieśmiertelności (przedłużenie gatunku). Dzieci wnoszą do domu energię i życie, których tak bardzo brakuje, gdy przedwcześnie odchodzą.

Śmierć sama w sobie jest przerażająca. Oznacza koniec wszystkiego. Unikamy więc tego tematu, unikamy ludzi, którzy mają z nią kontakt. Jej akceptacja

oznacza konfrontację z wieloma trudnymi prawdami: że człowiek ma ograniczenia; że jego życie się kończy; że mimo to świat będzie nadal istniał; że jest się jednym z wielu – nikim więcej i nikim mniej; że wszechświat nie uznaje wyjątkowości człowieka [...]; i wreszcie, że pewne surowe, nienaruszalne wymiary istnienia są poza sferą naszych wpływów (Yalom, 2008, s. 129).

W związku z tym można zauważyć, jakim trudnym i skomplikowanym procesem jest żałoba.

„Żałoba jest procesem trwającym w czasie, którego istotą pozostaje zmaganie się z bólem i cierpieniem po stracie bliskiej osoby” (Kubacka-Jasiecka, 2010, s. 268). Oznacza społeczny wyraz reakcji na utratę bliskiej osoby, usankcjonowany typowymi dla danej społeczności obyczajami (noszenie odpowiedniego stroju, wycofanie z życia społecznego na pewien okres, unikanie zabaw itp.). Według C. Sanders „żałoba niesie w sobie pewien szczególnie, pokrewny wstydu rodzaj piętna, wynikający z traktowania śmierci jako kary. W żadnej innej sytuacji nie jest to tak oczywiste, jak w wypadku utraty dziecka” (Sanders, 2001, s. 28). Rodzice często czują się napiętnowani, naznaczeni. W śmierci dziecka mogą doszukiwać się ukarania między innymi za swoje niedociągnięcia, dawne czyny, brak dostatecznej wiary w Boga i wiele innych kwestii. Czują się odpowiedzialni za śmierć własnego dziecka, gdyż w ich przekonaniu rodzic ma obowiązek chronienia swojego potomstwa. To poczucie winy jest charakterystyczne dla większości rodziców konfrontujących się z tak bolesną utratą. Oprócz poczucia winy i wyrzutów sumienia, towarzyszy im wszechogarniający żal. „Żal po stracie to złożona i długotrwała reakcja na utratę bliskiej osoby (lub innego ważnego obiektu, do którego jesteśmy przywiązani), zaczynająca się od zaprzeczania, a zakończona pogodzeniem się z utratą” (Dodziuk, 2001a, s. 16). Według Anny Dodziuk zainteresowani tym zjawiskiem badacze i terapeuci zgodnie zwracają uwagę na kilka cech żałoby. Jest to proces długotrwały, składający się z przeżywania różnych uczuć i wielu różnorodnych zachowań. Jest bolesny i wiąże się z wysiłkiem. Przebieg tego procesu może być prawidłowy lub zaburzony, zakończony lub zatrzymany (Dodziuk, 2001a, s. 16). Równocześnie należy „uwzględnić indywidualną, subiektywną interpretację sytuacji i jej jednostkowe znaczenie zanurzone w kontekście charakterystyk i relacji rodzinnych” – jak słusznie zauważa Dorota Kubacka-Jasiecka (2010, s. 269). Pionier problematyki żałoby, psychiatra E. Lindemann (1944), zwrócił uwagę na pięć typowych reakcji związanych z przeżywaniem żalu po stracie. Pierwszą są dolegliwości płynące z ciała, głównie osłabienie, brak apetytu, sporadyczna utrata oddechu. Następnie pojawiają się wyobrażenia i wrażenia, że się widzi lub słyszy zmarłą osobę. Kolejną charakterystyczną reakcją jest poczucie winy oraz wypowiadanie samooskarżeń za to, co się stało. Czwartą reakcją jest gniewna irytacja, która ujawnia się chociażby poprzez odbieranie obecności innych ludzi jako

drażniącej. Na końcu można wyróżnić pobudzone, chaotyczne, bezcelowe zachowanie (Dodziuk, 2001a, s. 19). Jak widać, proces przeżywania straty bliskiej osoby wywołuje u człowieka różne emocje (w tym: żal, samotność, smutek, gniew, poczucie winy); doznania fizyczne (objawy wegetatywne, np. zwiększone napięcie mięśniowe, trudności oddychania, suchość w ustach, kołatanie serca); zakłócenia świadomości (chaos myślowy, halucynacje, przyspieszenie myśli, trudności w koncentracji uwagi, ciągle myśli o zmarłym); zaburzenia zachowania (izolacja, nadmierna aktywność, zaburzenia jedzenia, zaburzenia snu). Podsumowując, „osierocenie nie jest stanem, lecz procesem, który przebiega etapami, w sposób indywidualny i zależny od wielu czynników” (Krzyżanowski i in., 2005, s. 128).

Można także spojrzeć na zagadnienie żałoby z perspektywy kryzysu psychologicznego. Eric Klinger (1975)

w swojej koncepcji uwalniania się od podniety dostrzega, iż w przebiegu reakcji kryzysowej w czasie żałoby po utracie bliskiej osoby, dokonuje się powolny proces „uwalniania się” emocjonalnego i psychicznego od utraconej osoby. Jest to proces związany ze zrywaniem więzi, który charakteryzuje szereg typowych, następujących po sobie stadiów (Klinger, 1975, za: Kubacka-Jasiecka, 2010, s. 56).

Cały proces rozpoczyna się fazą mobilizacji, cechującej się wzrostem ożywienia i pobudzenia jednostki. Następnie dochodzi do fazy buntu, która charakteryzuje się narastaniem frustracji, gniewu i sprzeciwu wobec sytuacji utraty bliskiej osoby. W tym czasie zachowanie przybiera postać stereotypowego i bardziej prymitywnego. Kolejna faza – rezygnacji – ukazuje załamanie się emocji stenicznych. Objawia się smutkiem, pesymizmem, bezradnością, a także apatią. Potem następuje faza depresji. D. Kubacka-Jasiecka zauważa, iż tezy koncepcji E. Klingera „akcentują rolę czynników poznawczych, a także nierównomierny rozkład w czasie poszczególnych elementów procesu kryzysowego, które mogą odzwierciedlać różne fazy zmagania się, np. uwalniania się od straty”. Istotne są tutaj myśli, które mają związek z zablokowanymi przez stratę dążeniami (Kubacka-Jasiecka, 2010, s. 57).

Catherine M. Sanders wielokrotnie podkreśla, iż nie u każdego człowieka może wystąpić jednocześnie cały zespół symptomów. Czas trwania każdego z etapów jest indywidualny. Istnieje możliwość powracania do poprzednich etapów (np. skutek kolejnego kryzysu) i taka regresja jest czymś zupełnie naturalnym. Ponadto, mając na uwadze siłę przeżywanych emocji i wewnętrzny rozpad człowieka pod wpływem czynników mających związek ze śmiercią dziecka, w niektórych przypadkach istnieje możliwość niepowrót do pełnego zdrowia. Ponieważ śmierć potomka jest najtrudniejszym doświadczeniem w życiu dorosłego człowieka, autorka zwraca uwagę, iż każdy rodzic powinien przechodzić żałobę w swoim własnym rytmie, bez pośpiechu, aby móc ją dobrze przeżyć i doświadczyć w pełni wszystkich emocji. Zablokowanie czy

przyspieszenie zdrowienia mogłoby zaburzyć cały proces, odbierając szansę na powrót do równowagi psychicznej (Sanders, 2001, s. 31).

Według autorki proces żałoby rozpoczyna się od:

1. Szoku (odrętwienia), który jest naturalną izolacją mogącą łagodzić wybuch rozpacz. Ma na celu ochronę człowieka przed nadmiarem bólu. Objawia się wewnętrznym zamętem, wzburzeniem, niedowierzaniem, psychologicznym dystansowaniem się oraz objawami wegetatywnymi. W tej fazie rodzice mogą reagować całkowicie różnie. Jedni na przykład mogą rozpaczać, inni mogą funkcjonować niczym „automaty”, wykonując wszelkie niezbędne czynności (łącznie z organizacją pogrzebu czy dbaniem o pozostałych członków rodziny), jakby informacja o śmierci do nich nie docierała. Możliwa jest skrajność zachowań od stuporu po nadmierne pobudzenie. Tak jak każdy człowiek inaczej reaguje na stres, tak też ludzie różnią się w sposobie przeżywania żałoby. „Wstrząs, który przeżywają ludzie w konfrontacji ze śmiercią, bywa słabszy lub silniejszy – zależy od wielu czynników, takich jak na przykład stopień przywiązania do zmarłego, rodzaj śmierci, oraz to, czy jej oczekiwano lub spodziewano się” (Sanders, 2001, s. 34). Jednak podczas śmierci dziecka wstrząs jest zawsze wielokrotnie intensywniejszy, gdyż z reguły nie jesteśmy nastawieni na śmierć tak młodego człowieka. W naszej kulturze zwykło się zakładać, że to dzieci powinny pochować swoich rodziców, nie odwrotnie. Po drugie, z powodu bardzo silnej więzi łączącej rodziców ze swoim potomkiem, ze śmiercią dziecka umiera część tych, którzy dali mu życie. Po trzecie, rodzice czują się odpowiedzialni za szczęście swojego potomstwa i w sytuacji jego śmierci czują się temu winni (Sanders, 2001, s. 34). W następstwie szoku rodziców ogarnia chaos wewnętrzny i poczucie zagubienia. Rozpaczliwie próbują zrozumieć to, co się stało, mimo iż często nie przyjmują owej wiadomości do siebie.

2. Kiedy następuje faza druga, czyli uświadomienie sobie straty, pojawia się etap prawdziwego żalu. Rodzice przeżywają silną dezorganizację emocjonalną (ujawnienie gniewu i poczucia winy), niepokój, żyją w stanie przewlekłego stresu. Ten etap charakteryzuje się największą zmiennością przeżywanych uczuć, które nachodzą na siebie z wielką intensywnością i zaskakują nie tylko bliskich, lecz przede wszystkim osoby przeżywające żałobę. Rodzice są nadwrażliwi i bardzo łatwo można pogłębić ich uraz (Sanders, 2001, s. 35). C. Sanders uważa, że „głównym komponentem drugiej fazy jest niepokój wywołany separacją, dlatego dużo bardziej typowe dla tego okresu są lęk i obawa niż depresja” (Sanders, 2001, s. 37). Świat, w którym żyją rodzice po stracie, utracił dla nich sens, a poczucie bezpieczeństwa, zdaje się, zostało utracone bezpowrotnie. Trudno jest w takiej sytuacji znaleźć oparcie w czymkolwiek (Sanders, 2001, s. 37). Rodzice stają się podatni na zranienie, nadwrażliwi na to, co mówią i okazują im inni. Poczucie naznaczenia i niezrozumienia potęguje ich cierpienie. Istotne jest także to, że

głęboki smutek i żal pochłania niesłychanie dużo energii [...]. Ten stan alarmu pobudza część sympatyczną autonomicznego układu nerwowego, a on z kolei uwalnia zwiększoną ilość adrenaliny. Jest to jeden z powodów, dla których zarówno w pierwszej, jak i drugiej fazie pojawiają się kłopoty ze snem [...]. Obie fazy trwają dość długo i można je łącznie uznać za okres przewlekłego stresu (Sanders, 2001, s. 37).

3. Chronienie siebie, czyli kolejny etap żałoby, jest czasem wycofania się, „hibernacji”, osłabienia systemu odpornościowego, rozpaczki oraz izolacji. Objawy przypominają depresję – są uzasadnione dużą utratą energii. W tym czasie dobrze jest słuchać swojego ciała, które żąda odpoczynku i spowolnienia ruchowego, mającego na celu regenerację organizmu. Należy pozwolić rodzicom na wycofanie z kontaktów towarzyskich, zwiększony odpoczynek i sen. Przebywanie w samotności jest ich naturalną potrzebą, często odbieraną przez otoczenie jako coś negatywnego (Sanders, 2001, s. 37). Ten etap żałoby również może trwać miesiącami. Dla wielu „ważnym i pomocnym czynnikiem jest filozofia życiowa oparta na wierze w Boga” (Krzyżanowski i in., 2005, s. 129).

4. Następnie pojawia się powracanie do zdrowia – po wyjściu z etapu „hibernacji” i bierności następuje stopniowe przejmowanie kontroli nad własnym życiem. Objawia się to rezygnowaniem z dawnych ról, tworzeniem nowej tożsamości, przebaczeniem i zapominaniem. Jest to czas, w którym rodzice zaczynają poszukiwać głębszego sensu w nieszczęściu, które ich dotknęło. Zaczynają zapominać o okolicznościach śmierci ich dzieci. Najważniejsze zadanie tej fazy polega na wzmocnieniu więzi rodzinnych, połączeniu sił i przekierowaniu uwagi ze zmarłych na żywych, którzy są tuż obok. Dokonuje się też zmiana osobowości rodziców wywołana utratą wraz z dzieckiem części siebie (Sanders, 2001, s. 46). Rodzice powoli zaczynają interesować się innymi sprawami, ucząc się w ten sposób życia bez zmarłej osoby.

5. Jako ostatnie stadium autorka wyróżniła o d n o w ę, zwaną powrotem do codzienności, która jest podjęciem próby odpowiedzialności za swoje szczęście, uczeniem się życia bez dziecka, które odeszło. „Gdy porzucamy dawne role i naszą poprzednią tożsamość, stopniowo rodzi się w nas i rozwija nowe życie” (Sanders, 2001, s. 49). Rodzice się zmieniają. Nie są już tymi samymi osobami, którymi byli dawniej, jednak mają w sobie wewnętrzną siłę na dokonanie zmian, które mają wpływ na relacje interpersonalne, podejmowane decyzje. Stają się bardziej tolerancyjni, zdolni do głębszych wzajemnych kontaktów. Rozumieją, że jeżeli chcą odbudować swoje życie, to muszą sami wziąć za nie odpowiedzialność (Sanders, 2001, s. 50), gdyż „na najgłębszym poziomie odpowiedzialność stanowi o istnieniu” (Yalom, 2008, s. 226). Po przeżyciu niezwykle bolesnej straty, a potem bardzo długiego procesu opłakiwania potomka, człowiek ma szansę odnaleźć w sobie nowe siły, odwagę, aby wziąć odpowiedzialność za osobę, którą się staje (Sanders, 2001, s. 206). Zakończenie piątej fazy nie oznacza, że już nigdy rodzice

nie poczują żalu i tęsknoty za dzieckiem. Wręcz przeciwnie. W różnych okresach ich życia (święta, rodzinne uroczystości, rocznice) będą one powracały. Ale jeżeli żałoba została przeżyta, a rodzic nauczył się na nowo czerpać z życia bez poczucia winy i gniewu, taki etap żalu powinien szybko minąć. Jest wtedy zupełnie naturalny i adekwatny do sytuacji. U osób, które nie poradziły sobie z żałobą z jakiegokolwiek powodu, często takie sytuacje kończą się stanami transkryzysowymi.

Granica pomiędzy normalnym a patologicznym przeżywaniem żałoby jest bardzo trudna do określenia. Badacze za główny objaw patologii przyjmują brak przeżywania procesu żałoby (wycofanie emocji) lub przedwczesne zakończenie procesu żałoby. Bardziej szczegółowe kryteria rozpoznawania patologicznego procesu przebiegu żałoby prezentuje Robert Paul Liberman (za: Kubacka-Jasiecka, 2010, s. 270):

- lękowe unikanie miejsc, osób i przedmiotów związanych ze zmarłym (przy silnym natężeniu poczucia winy i gniewu),
- nierealistyczna idealizacja zmarłej osoby,
- utrzymujący się żal, widoczny w natrętnych snach o zmarłym,
- identyfikacja polegająca na podtrzymywaniu więzi ze zmarłym w postaci niezmienionej.

Czynnikami wpływającymi na patologiczny przebieg procesu żałoby opisanymi przez D. Krzyżanowskiego i współautorów (2005) są cechy osobowościowe (np. skłonność do pesymizmu, bierność, załamywanie się pod wpływem stresu); wcześniejsze zaburzenia psychiczne lub nerwicowe (np. zaburzenia depresyjne, lękowe, obsesyjno-kompulsywne itp.); brak przygotowania na śmierć bliskiej osoby (nagły zgon, młody wiek); ciężkie doświadczenia życiowe (które wydarzyły się w niedalekiej przeszłości) oraz trwanie w nierozwiązanej konflikcie z osobą zmarłą.

PRZEZWYCIĘŻANIE PUSTKI WEWNĘTRZNEJ – POCZĄTEK NOWEGO ŻYCIA

Śmierć dziecka jest największą z możliwych tragedii. Odbiera ludziom to, co bezcenne. Wraz z dzieckiem odchodzi część rodziców. Żałoba staje się więc bardzo trudnym i bolesnym procesem, który często trwa latami. Rodzice buntują się przeciwko życiu, Bogu, śmierci, tocząc nieskończoną liczbę walk ze światem i samymi sobą. „Paradoksalne wydaje się, że aby pozbyć się bólu, trzeba się z nim zmierzyć i wyjść mu naprzeciw” (Sanders, 2001, s. 157). Praca nad żałobą wymaga konfrontacji, stawienia czoła cierpieniu. Przed nim nie da się uciec. Można rzucić się w wir pracy czy innych obowiązków, próbować udawać, że to mnie nie dotyczy, jednak gdy tylko następuje zwolnienie biegu, myśli powracają ku temu straszному wydarzeniu i śmierci dziecka (Sanders, 2001, s. 157). Wielokrotne (czasami wieloletnie) rozmyślanie, analizowanie tego co się stało,

przybliża rodziców do pozbywania się iluzji, że ich dziecko kiedyś wróci. Oznacza to, że życie się zmieniło i już nigdy nie będzie takie samo (Sanders, 2001, s. 157). Jest to moment, w którym tak naprawdę rodzice zaczynają godzić się ze stratą. Oznacza, że zmiany muszą pojawić się we wszystkich okresach życia. C. Sanders nazywa ten okres *zmarłych wstaniem*, czyli narodzeniem się nowej osoby – rodzica, któremu zmarło dziecko, ale który nauczył się bez niego żyć. Wyleczenie się jest możliwe tylko wtedy, gdy zmienia się „cały wewnętrzny system pojęciowy człowieka” (Sanders, 2001, s. 161). Konieczne jest nauczenie się życia samodzielnego i niezależnego, bez dziecka. Naturalnie to każdy rodzic dokonuje wyboru. Owa szansa na przezwyciężenie pustki wewnętrznej jest zawsze potencjalna, gdyż zależy od decyzji rodzica (chęci i gotowości do zmiany). Opór co do zmiany widoczny jest na wielu etapach procesu żałoby. Rodzice kurczowo trzymają się wszystkiego, co wiąże się z dzieckiem – jedni dłużej, inni krócej. Jest to zależne od wielu czynników. Jednak, aby *zmarłych wstać*, należy zasymilować zmiany, które zachodzą we wnętrzu osoby osieroconej. Pomocne stają się tu wszelkie metody koncentracji, medytacji, psychoterapii czy głębokiej relaksacji, gdyż pozwalają na: rozwijanie w sobie wewnętrznej siły, wsłuchanie się we własne potrzeby, lepsze poznanie siebie (Sanders, 2001, s. 163).

POSZUKIWANIE GŁĘBSZEGO SENSU

Kiedy umiera dziecko, rodzice nieustannie zadręczają się pytaniami o sens tego, co się stało. Towarzyszy im wciąż pytanie: „dlaczego?” Jednak próby dochodzenia odpowiedzi na to pytanie mogą być skuteczne dopiero wtedy, gdy minie „szok i pojawi się pewien dystans do zaistniałej sytuacji. Konieczne jest także przepracowanie w pełni faktu śmierci i pogodzenie się z nim oraz zaakceptowanie zmian, które są w tej sytuacji nieuniknione” (Sanders, 2001, s. 167).

Viktor Frankl uważa, że

bycie człowiekiem oznacza bycie odpowiedzialnym za wypełnienie sensu zawartego potencjalnie w danej sytuacji życiowej. Co ważniejsze, człowiek ów wie, że sens można znaleźć nie tylko w tworzeniu dzieła i spełnianiu czynu, nie tylko w spotkaniu kogoś i doświadczeniu czegoś, lecz również, jeśli trzeba, w sposobie, w jaki znosimy cierpienie (Frankl, 1978, s. 154, 155).

Beatrice L. Wood i Joan A. Milo (za: Aho, Tarkka, 2006) stwierdziły, że śmierć dziecka miała pozytywny wpływ na światopogląd ojców oraz na rozwój ich życiowych celów. Takie wnioski znajdują uzasadnienie między innymi w teorii dezintegracji pozytywnej (TDP) K. Dąbrowskiego, jak również w koncepcji śmierci jako zjawiska granicznego Karla Jaspersa. Teoria dezintegracji pozytywnej mówi o zdolności człowieka do rozwoju wewnętrznego w kierunku wszechstronnego rozumienia, przeżywania, odkrywania

i tworzenia coraz wyższej hierarchii rzeczywistości. W tym ujęciu każde, nawet bardzo bolesne doświadczenie może stać się okazją do rozwoju osobistego. Natomiast śmierć, jako zjawisko graniczne, najogólniej umożliwia przewartościowanie życia, ustalenie nowych priorytetów (Dąbrowski, 1975; Jaspers, 1932). „Sens życia musi i może być tylko indywidualnie doświadczany i przeżywany. Nawet wówczas, gdy kontekst określonej sytuacji ułatwia jego doświadczenie, to dopóki jednostka nie zaakceptuje go jako swego własnego, jest on dla niej czymś obcym” (Popielski, 1987, s. 127). „Uświadomionym czyni go dopiero jasna, przekonywująca świadomość związków przyczynowo-skutkowych, podmiotowej kreatywności, doświadczenie życia i jego akceptacja” (Popielski, 1987, s. 132). Bez wątplenia śmierć najbliższej osoby jest sytuacją graniczną, która jako nagle doświadczenie popycha człowieka ku konfrontacji z jego egzystencjalną sytuacją w świecie (Yalom, 2008, s. 169). Według I. Yaloma „śmierć działa jak katalizator, który może przenieść człowieka do wyższego stanu bytu: od zadziwienia tym, *jak* rzeczy są, do stanu zadziwienia, że są [...]. Przypomina nam, że istnienia nie można odłożyć na później” (Yalom, 2008, s. 169). Jednak mimo iż potencjalnie konfrontacja ze śmiercią staje się szansą na odnalezienie sensu, to czy i kiedy dana osoba odnajdzie poczucie sensu, jest bardzo indywidualne.

Co możemy zaliczyć do czynników leczących według C. Sanders (2001, s. 168-180):

- miłość – żałoba uczy osieroconych, czym naprawdę jest to uczucie, które rozwija się i rośnie poprzez cierpienie (ponieważ wtedy podejście człowieka do miłości jest mniej powierzchowne i pozbawione kontroli);
- wybaczenie – po pierwsze samemu sobie, po drugie różnym zewnętrznym siłom, które przyczyniły się do śmierci dziecka (Bogu, losowości, przypadkowi, innym osobom, dziecku itd.);
- zapominanie – dotyczące pozbycia się bolesnych wspomnień związanych z momentem śmierci, poczuciem winy, wstydem, wyrzutami sumienia lub gniewem;
- stawanie się nowym człowiekiem – czyli adaptacja do życia po śmierci dziecka, które znacznie się zmieniło;
- troszczenie się o siebie – wymaga wiedzy i odwagi dotyczącej tego, czego się potrzebuje (a większość osób nie ma takiej świadomości, dlatego łatwiej im troszczyć się o innych);
- zaczynanie wszystkiego od nowa – jest to trudne zadanie, gdyż rodzice są znacznie bardziej wrażliwi i bezbronni. Sugerowane jest rozpoczęcie procesu od łatwych zadań, bez stosowania jakiegokolwiek presji czasowej.

Okazuje się, że dzięki „cierpieniu ludzie są mądrzejsi, bardziej rozumiejący i współczujący” (Sanders, 2001, s. 181). Uczą się

żyć bardziej autentycznie; z codziennymi zdarzeniami dającymi możliwość uczestniczenia w przygodzie, którą jest życie; a co najważniejsze z przeżyciami, które stymulują do tego, by

dzielić się miłością, talentami i specjalnymi uzdolnieniami ze wszystkimi ludźmi, którzy mogą ich potrzebować (Sanders, 2001, s. 182).

Konstruktywne przeżycie żałoby może stać się szansą dla rodziców do przewartościowania swojego życia i pełniejszego bycia tu i teraz.

ROLA WSPARCIA

Twierdzi się, że wsparcie odgrywa korzystną rolę dla zdrowia. Niezależnie od stresu daje poczucie przynależności, które działa wzmacniająco. Oznacza to, że osoby otoczone wsparciem są zdrowsze od tych, które wsparcia nie mają (Sęk, Cieślak, 2011, s. 25). Najbardziej popularną hipotezą dotyczącą wsparcia jest hipoteza buforowa, według której wsparcie społeczne (istniejące, spostrzegane i otrzymywane) „działa jako bufor wobec zagrożenia patologią, gdyż obniża występujące napięcie stresowe i umożliwia przewyciężenie trudności, włącza się w złożony mechanizm stresu i radzenia sobie osłabiając jego negatywne skutki” (Sęk, Cieślak, 2011, s. 26). Dzięki wsparciu poznawczemu osoby doświadczające kryzysu mają także szansę zmienić ocenę swoich kompetencji, uzyskać wgląd we własne możliwości, zwiększyć poczucie zaradności, co w konsekwencji może mieć wpływ na zmianę oceny wtórnej stresu na taką, która decyduje o skutecznym radzeniu sobie (Sęk, Cieślak, 2011, s. 26). Solomon i współautorzy (2001) zwrócili uwagę, iż ma to szansę tylko wtedy, gdy świadczona profesjonalna pomoc będzie wpływała na podwyższenie poczucia własnej skuteczności osób doświadczających kryzysu. Jak się okazało, „zbyt dużo wsparcia działa obciążająco i deprymująco” (Sęk, Cieślak, 2011, s. 26). Zgodnie z modelem mobilizacji wsparcia, im silniejszy stres przeżywamy, tym bardziej poszukujemy i oczekujemy wsparcia (Sęk, Cieślak, 2011, s. 27). Gdy pojawia się sytuacja trudna, to aktywne poszukiwanie pomocy jest jak najbardziej adekwatną formą radzenia sobie. Stwierdzono też, że najlepszym źródłem wsparcia społecznego w sytuacjach kryzysowych, w których ważne jest wypracowanie sobie realistycznej oceny sytuacji i samego siebie, własnych uczuć i myśli, są osoby w podobnej sytuacji, z podobnym problemem (Sęk, Cieślak, 2011, s. 16). Stąd pojawia się założenie, że wsparcie otrzymywane w grupach wsparcia powinno wpływać pozytywnie na radzenie sobie z żałobą po stracie dziecka. Ważnym aspektem jest także to, iż źródła wsparcia zmieniają swoje znaczenie w miarę upływu czasu działania sytuacji trudnej. Mechanizmy wsparcia zmieniają się dynamicznie w czasie wraz ze zmianą kontekstu. W zaleceniach profesjonalistów zajmujących się pracą z osobami będącymi w żałobie bardzo często wspomina się o wsparciu społecznym, jako jednym z najistotniejszych czynników wspomagających proces jej przeżywania. Również autorki E. Kübler-Ross i C. Sanders zwracają szczególną uwagę na rolę grup wsparcia i podkreślają, że ta forma pomocy jest korzystna dla rodziców po stracie dziecka.

Grupy wsparcia powinny być polecane w szczególności tym rodzicom, którzy stracili dzieci w dramatycznych, obciążających okolicznościach (śmierć samobójcza dziecka, śmierć jedynaka czy inne sytuacje powodujące spotęgowanie przeżywanej traumy) oraz mają trudności z uzyskaniem satysfakcjonującego wsparcia ze strony bliskich osób: współmałżonka, rodziny, przyjaciół, krewnych (Kübler-Ross, 1998; Sanders, 2001). Jeżeli inne źródła wsparcia działają prawidłowo, grupa wsparcia może pełnić rolę wspomagającą, psychoedukacyjną, a także przyspieszającą proces radzenia sobie ze stratą.

Udział w profesjonalnych grupach wsparcia daje szansę na lepsze zrozumienie przeżywania etapów żałoby, umiejętność rozumienia siebie i doświadczanych uczuć, minimalizuje ryzyko utrwalania patologicznych zachowań (np. unikowych czy lękowych). Praca w takich grupach jest ukierunkowana na zmianę, co stoi w sprzeczności z tym, czego rodzice mogą spodziewać się, na przykład korzystając jedynie ze wsparcia oferowanego na forach internetowych.

Znajomość czynników mających wpływ na radzenie sobie ze stratą dziecka, lepsze zrozumienie zjawiska, jakim jest żałoba, oraz roli udziału w spotkaniach grupy wsparcia, mogą pozwolić na określenie dalszych obszarów problemowych i wprowadzenie działań, mających na celu zapobieganie patologizacji procesu żałoby czy utrwalaniu zachowań utrudniających rodzicom powrót do zdrowia.

LITERATURA

- Aho, A.L., Tarkka, M.T. (2006). *Fathers' grief after the death of a child*. University of Tampere, „Issues in Mental Health Nursing”, Taylor & Francis Group.
- Aries, P. (1989). *Człowiek i śmierć*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bowlby, J. (1980). *Attachment and loss (Vol. III)*. New York: Basic Books.
- Dąbrowski, K. (1975). *Trud istnienia*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Dodziuk, A. (2001a). *Nie bać się śmierci*. Warszawa: Instytut Psychologii Zdrowia.
- Dodziuk, A. (2001b). *Żał po stracie, czyli o przeżywaniu żałoby*. Warszawa: Instytut Psychologii Zdrowia.
- Domański, M., Truś, K. (1998). Gdy umrze dziecko. *Lekarz Rodzinny*, 6, 60.
- Fijewski, P. (1998). *Tajemnica pustki wewnętrznej. Praca zbiorowa*. Warszawa.
- Frankl, V. (1978). *Nieuświadomiony Bóg*. Warszawa: Wydawnictwo IW PAX.
- Greenglass, E. (2011). Różnice wynikające z ról płciowych, wsparcie społeczne i radzenie sobie ze stresem. W: H. Sęk, R. Cieślak (red.), *Wsparcie społeczne, stres i zdrowie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Heszen-Niejodek, I. (red.) (1995). *Doświadczenie kryzysu – szansa rozwoju czy ryzyko zaburzeń*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- James, R., Gilliland, B. (2004). *Strategie interwencji kryzysowej*. Warszawa: PARPA.
- Jaspers, K. (1932/1978). Wybór pism: Sytuacje graniczne. Tłum. A. Staniszevska (Sytuacja, Śmierć, Cierpienie); M. Skwieciński (Walka, Wina, Problematyczność wszelkiego bytu empirycznego i historyczność rzeczywistości w ogóle jako sytuacja graniczna). W: W. Rudziński (1978) *Jaspers*. Warszawa: PIW.

- Keirse, M. (2004). *Smutek, strata, żałoba*. Radom: POLWEN.
- Klinger, E. (1975). Consequences of Commitment to and Disengagement from Incentives. *Psychological Review*, 82, 1.
- Konczelska, K. (2013). Żałoba ojca w perspektywie społecznych i kulturowych stereotypów ról płciowych. W: A. Wycisk, Ż. Krawczyk-Antońska (red.), *Z szerszej perspektywy – gender*. Katowice: ARW Omnibus.
- Krzyżanowski, D., Różańska, O., Chybicka, A., Mess, E. (2005). Osierocenie osób dorosłych po stracie bliskiej osoby. *Onkol. Pol.*, 8, 3.
- Kubacka-Jasiecka, D. (2010). *Interwencja kryzysowa. Pomoc w kryzysach psychologicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
- Kübler-Ross, E. (1998). *Rozmowy o śmierci i umieraniu*. Poznań: Media Rodzina.
- Kübler-Ross, E. (2007). *Dzieci i śmierć*. Poznań: Media Rodzina.
- Kübler-Ross, E. (2008). *Śmierć. Ostatni etap rozwoju*. Warszawa.
- Kübler-Ross, E. (2010). *Pytania i odpowiedzi na temat śmierci i umierania*. Warszawa: Laurum.
- Lindemann, E. (1944). *Symptomatology and management of acute Grief*, 101, 2.
- Łuszczynska, A. (2011). Wsparcie społeczne a stres traumatyczny. W: H. Sęk, R. Cieślak (red.), *Wsparcie społeczne, stres i zdrowie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Materiały szkoleniowe z Roczego Studium Interwencji Kryzysowej 2010/2011 w DCP we Wrocławiu, zjazd VII *Interwencja Kryzysowa w sytuacji straty osobistej, śmierci, żałoby*.
- Ogryzko-Wiewiórowska, M. (1994). *Rodzina i śmierć*. Lublin: Wydawnictwo M. Curie-Skłodowskiej.
- Popielski, K. (1994). *Noetyczny wymiar osobowości. Psychologiczna analiza poczucia sensu życia*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Popielski, K. (2008). *Psychologia egzystencji. Wartość w życiu*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Popielski, K. (red.) (1987). *Człowiek – pytanie otwarte*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Sanders, C. (1989). *Grief: The morning after*. New York: John Wiley & Sons.
- Sanders, C. (2001). *Jak przeżyć stratę dziecka. Powrót nadziei*. Gdańsk: GWP.
- Sęk, H. (2004). *Rola wsparcia społecznego w sytuacjach stresu życiowego. O dopasowaniu wsparcia do wydarzeń stresowych*. W: H. Sęk, R. Cieślak (red.), *Wsparcie społeczne, stres i zdrowie*. Warszawa: PWN.
- Sęk, H., Cieślak, R. (red.) (2004). *Wsparcie społeczne, stres i zdrowie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sęk, H., Cieślak, R. (2011). *Wsparcie społeczne, stres i zdrowie*. Warszawa: PWN.
- Soloman, M., Pistrang, M., Barker, C. (2001). The Benefits of Mutual Support Group for Parents of Children with Disabilities. *American Journal of Community Psychology*, 1.
- Strelau, J., Doliński, Z. (2008). *Psychologia. Podręcznik akademicki. Psychologia ogólna*. Gdańsk: GWP.
- Yalom, I. (2008). *Psychoterapia egzystencjalna*. Warszawa: Instytut Psychologii Zdrowia.

POWRÓT DO RÓWNOWAGI PSYCHICZNEJ PO DOŚWIADCZENIU STRATY DZIECKA

STRESZCZENIE: W artykule poruszony został temat żałoby po stracie dziecka, uczestnictwa w grupach wsparcia, a także ich roli w procesie radzenia sobie ze stratą. Celem artykułu jest ukazanie, jak znajomość czynników mających wpływ na radzenie sobie ze stratą dziecka, lepsze zrozumienie zjawiska, jakim jest żałoba, oraz roli udziału w spotkaniach grupy wsparcia, mogą pozwolić na określenie dalszych obszarów problemowych i wprowadzenie działań, mających na celu zapobieganie patologizacji procesu żałoby czy utrwalaniu zachowań utrudniających rodzicom powrót do zdrowia.

Poruszona zostaje również kwestia dotycząca tego, jak istotne jest przepracowanie w pełni problemu śmierci dziecka i pogodzenie się z tą sytuacją, a także zaakceptowanie nieuniknionych zmian z tym związanych.

SŁOWA KLUCZOWE: śmierć dziecka, żałoba, radzenie sobie ze stratą, grupy wsparcia, wsparcie społeczne.

PSYCHOLOGICAL RECOVERY AFTER THE LOSS OF THE CHILD

SUMMARY: This paper discusses issues related to grief after the death of the child, participation in support groups and its role in the process of coping with loss. The aim is to present how this participation affects the difficult process of mourning, how better understanding of the grief can help with coping with loss. This article presented such issues as: social support, role and benefits of support groups, predisposition of orphaned to choose adequate forms of assistance as well as recommendations for people who can help them.

KEYWORDS: death of the child, mourning, coping with loss, support group, social support.

ЛЕОНИД В. КУЛИКОВ (LEONID V. KULIKOV)

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

ДАРЬЯ К. ПЕТРОВА (DARIA K. PETROVA)

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОТНОШЕНИЯХ В ДИАДЕ СВЕКРОВЬ–НЕВЕСТКА

ВВЕДЕНИЕ

По своим возможностям оказывать любому своему члену помощь и поддержку, давать ощущение защищенности, удовлетворять коммуникативные потребности семья уникальна. По тесноте родственные связи трудно сопоставимы с любыми другими межличностными отношениями. В семейных отношениях особенно отчетливо видно множественное переплетение аспектов физического, биологического, ментального, социального и духовного бытия человека. В близких отношениях человек непроизвольно раскрывается полнее. Их исследование и осмысление дает ценнейший материал для понимания природы человека и общества. В большинстве психологических и психотерапевтических описаний предметом выступают супружеские отношения, детско-родительские отношения или семья как целостность. Мало изучены социально-психологические аспекты функционирования семьи, межпоколенные взаимосвязи в расширенной семье. В тени остаются еще многие другие виды родственных отношений. В первую очередь это относится к тем отношениям, которые возникают при образовании супружеской пары, то есть к свойственным или свойским отношениям – отношениям, не имеющим кровного родства. Практически отсутствуют научные исследования, достаточно полно освещающие отношения невесток и свекровей. История этого вида внутрисемейных отношений стара как мир. Весьма нередко

отношения свекрови и невестки в народном словесном творчестве были представлены в драматическом ключе в фольклоре многих стран мира, что видно, например, по многим пословицам и поговоркам. Нетрудно заметить незавидную долю невестки, ведь именно она чаще выглядела «потерпевшей стороной». В семье, особенно молодой, в независимости от того, проживают она совместно с родителями или нет, особенно сложны отношения не между зятем и тещей, а именно между невесткой и свекровью.

СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Свойственные отношения очень редко становились предметом исследований в академической/университетской психологии. Некоторые аспекты этой проблемы можно обнаружить в книгах психотерапевтов. Вирджиния Сатир в числе нормативных кризисов выделяет этап, когда «молодые люди женятся, и в семью входят невестки и зятья» (Сатир, 1992, с. 56). В семье появляются новые члены, расширяется круг исполняемых ролей. Безусловно, матери стоит больших усилий перестроить свои отношения с сыном. Чем старше родители, тем больше они становятся эмоционально зависимыми от детей. Выход на пенсию, уменьшение социальных контактов, сужение круга интересов, все это приводит к центрации матери на своем сыне. Также негативно сказывается отсутствие каких-либо постоянных увлечений и хобби. С. Крадохвил относит к числу внешних факторов, влияющих на брак и возникновение семейных проблем, влияние родителей и близких родственников (Крадохвил, 1991).

В ряде работ российских психологов отношения с родителями супруга/супруги оценены как весомый фактор жизненных (повседневных) трудностей семьи, особенно молодой семьи. Именно на начальных стадиях совместной жизни молодым семьям важно отделиться от родительских семей, ощущать определенную самостоятельность собственной семьи. Молодые супружеские пары характеризуют идеальную семью как семью нуклеарную и обладающую автономией (Карцева, 2003). Среди причин развода пункт «вмешательство родственников» у женщин находится на третьей позиции, в то время как у мужчин он лишь на предпоследнем месте (Коростылева, 2000). Для женщин часто причиной развода выступают их конфликты со свекровью (Ильин, 2006). Т.Л. Крюкова, М.В. Сапоровская, Е.В. Куфтяк (2005), описывая факторы жизненных (повседневных) трудностей, с которыми сталкиваются молодые супруги, выделяют специфику взаимоотношений и общения супругов в семье. К наиболее весомым они отнесли

трудности в общении из-за недоверия к партнеру и сомнений в его верности, неудовлетворенности совместным проведением свободного времени, однообразности повседневной жизни, предсказуемости поведения партнера, а также нежелательного вмешательства в жизнь молодой семьи родителей супругов. В исследовании специфики трудностей, с которыми сталкивается женщина на этапе принятия роли матери, выделена такая категория как «отношения с близкими» – собственными родителями и/или родителями мужа. В исследовании трудностей, переживаемых семьями на разных этапах жизненного цикла, Н.О. Белоруковой (2000) выяснено, что 57,5% молодых супругов испытывают трудности в формировании взаимоотношений с родственниками мужа/жены. Гармоничные межпоколенные отношения и, в частности, свойственные межпоколенные отношения выступают значимым фактором социальной поддержки в семье в ситуации пролонгированного стресса в период адаптации молодой семьи. Они способствуют сплоченности нуклеарной семьи и благоприятной атмосфере внутри нее (Сапоровская, 2013).

Однако, характеризуя современное состояние обсуждаемой проблемы, необходимо отметить, что к ее изучению специалисты обращаются крайне редко. Например, в старейшем профессиональном советском/российском журнале «Вопросы психологии» за период 1968-2016 гг. было опубликовано 1968 статей. Лишь малая доля статей посвящена проблемам семьи – 51 статья. Почти во всех рассматриваются вопросы детско-родительских отношений (в разных видах семей) и, реже, вопросы супружеских отношений. Не обнаружено ни одной публикации, в которой обсуждались бы свойственные отношения. Между тем, и без детального рассмотрения семейных отношений, понятно, что вмешательство в супружеский союз родителей супругов и, еще хуже, «перетаскивание ребенка на свою сторону», ухудшает семейную атмосферу и создает ситуацию испытания семьи на прочность. Но, тем не менее, у большинства исследователей существует «слепое пятно» в восприятии и оценке этой области в проблематике семейной психологии.

Цель

Данной статьи заключается в изучении социальных представлений о существующих и идеальных отношениях в диаде свекровь–невестка, желательных и нежелательных качествах свойственной родственницы.

МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1) Авторская анкета представлений о партнере по свойственным отношениям.
2) Личностный опросник Т. Лири (Leary Interpersonal Diagnosis) в модификации и адаптации для русскоязычной выборки Л.Н. Собчик. Назначение авторской Анкеты состоит в сравнительном анализе взаимоотношений свекровей и невесток, выявлении причин напряженности в их взаимоотношениях, обнаружении желаемых и не желаемых качеств у партнера по межличностному взаимодействию. Апробация Анкеты была проведена на выборке из 20 человек (10 невесток и 10 свекровей).

ПРОЦЕДУРА ИССЛЕДОВАНИЯ

Был проведен анонимно и на добровольной основе Интернет-опрос с помощью бесплатного он-лайн сервиса Google Docs (Ссылка на опросник для невесток <http://goo.gl/forms/ErzJLXT8So>, для свекровей <http://goo.gl/forms/kaKoGWbz4n>). В исследовании приняли участие 63 женщины, 42 из которых являются невестками и 21 – свекровьями. Средний возраст вступления в брак у невесток – 22,4 (± 4) года, брачный стаж – 10,6 (± 9) лет. У свекровей 22,5 ($\pm 6,4$) года и 27,9 ($\pm 8,7$) лет соответственно. Больше половины невесток (61,9%) имеют одного ребенка, у 21,4% двое и более детей, у 16,7% нет детей. Больше половины свекровей (71,4%) имеют двоих и более детей, у 28,6% один ребенок. Высшее образование у 57,1% невесток и у 66,7% свекровей.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Удовлетворенность межличностными отношениями

Большинство (88,0%) опрошиваемых невесток и 81,0% свекровей сообщили, что были знакомы со своей свекровью/невесткой до свадьбы. При этом большинство невесток отметили, что их взаимоотношения со свекровью после свадьбы ухудшились, в то время как свекрови чаще указывали, что отношения не изменились, и лишь три невестки (из 42) и три свекрови (из 21) указали, что их отношения стали теплее после начала совместной жизни. Из числа респонденток 81,0% невесток и 71,4% свекровей полностью согласны с тем, что молодая семья должна жить отдельно от родителей. Это подтверждает мнение многих исследователей о том, что совместное проживание ухудшает отношения между невестками и свекровьями, и обе стороны понимают важность автономии молодой семьи.

Невестки довольно редко обращаются к своим свекровям за советом, средняя оценка по семибалльной шкале у невесток – 1,8 (7 баллов – «Я часто обращаюсь к свекрови за советом»), у свекровей – 2,9 (7 баллов – «Невестка часто обращается ко мне за советом»). Эти количественные показатели мы интерпретируем как нежелание невестки активного вмешательства свекрови в дела семьи (нуклеарной), посвящения ее в вопросы ведения хозяйства. Достаточно очевидно, что невестки стремятся сохранять интимность отношений с мужем, автономность своей семьи, продвигаться к самодостаточности. Все участвовавшие в опросе невестки отметили, что муж крайне редко сравнивает их со своей матерью. Если такое происходит, то в основном сравнение происходит во время ссор или в не слишком значительных бытовых ситуациях.

Характеризуя свои отношения с родственницей, свекрови оценивали взаимоотношения с невесткой выше, чем невестки оценивали взаимоотношения со свекровьями. В ответах на вопрос «У меня часто случается недопонимание со свекровью» в Анкете использована семибалльная шкала со следующими полюсами: 7 баллов – полностью согласна, 1 балл – полностью не согласна. По мнению невесток, у них довольно часто возникает недопонимание со свекровью – средний балл 4,4, у свекровей это число меньше – 2,9 балла. Эти показатели вполне согласуются с общими оценками отношений с родственницей в данной диаде. Свекрови оценили отношения с невестками средним баллом 5,2 (7 баллов – хорошие/тёплые отношения, 1 балл – плохие), невестки – 3,2. Эти различия свидетельствуют, на наш взгляд, об асимметрии в отношениях, о большем влиянии свекрови на невестку в сравнении со встречным влиянием. Такая ситуация достаточно схожа с другими ситуациями межличностного взаимодействия, в которых партнер старший по возрасту более влиятелен.

Отмечая действия мужа/сына в ситуации конфликта со свекровью/невесткой, большинство невесток и свекровей указали, что он (муж/сын) не предпринимает никаких действий и придерживается нейтральной позиции. Вопрос в Анкете был сформулирован так: «Если у Вас со свекровью возникает несогласие, конфликт, вмешивается в эту ситуацию Ваш муж? (для невестки). Каковы чаще всего его действия?». «Если у Вас с невесткой возникает несогласие, конфликт, вмешивается в эту ситуацию Ваш сын? (для свекрови). Каковы чаще всего его действия?» Альтернативы ответов были: а) соблюдает нейтралитет, не предпринимает никаких действий; б) принимает Вашу сторону; в) принимает сторону своей жены; г) пытается привести Вас и невестку к компромиссу. Выявлено, что чаще всего мужчина предпочитает не вмешиваться в конфликт между женой и матерью, так как полагает, что будет вынужден выбирать одного из двух близких ему людей. Также многие мужья не знают как вести себя в подобной ситуации и избегают активного вмешательства в такой конфликт или не верят в то, что он может быть рационально разрешен.

Пункт Анкеты о причинах напряженности в отношениях помог выявить иерархию значимости различных причин их ухудшения. Вопрос был сформулирован следующим образом: «Как Вы считаете, что чаще всего служит причиной напряженности в отношениях между невестками и свекровями?». Можно было отметить столько вариантов, сколько респондентка считала необходимым (см. Табл. 1).

Таблица 1. Причины конфликтов, по мнению невесток и свекровей

Причины конфликтов	Выборы невесток	Выборы свекровей
Воспитание детей/внуков	45,2%	52,4%
Домашние дела, быт	50,0%	71,4%
Ревность, борьба за внимание мужа/сына	59,5%	33,3%
Финансовые вопросы	28,6%	28,6%
Другие причины	11,9%	28,6%

Источник: данные автора

Указывая причины возникающих конфликтов, невестки наиболее часто называли ревность, борьбу за внимание мужа/сына (59,5%). Несколько реже в качестве причин были отмечены домашние дела и бытовые стороны жизни (50,0%), воспитание детей (45,2%). Финансовые вопросы редко выступают причиной конфликтов (28,6%). Наряду с перечисленными причинами конфликтов невестки могли назвать и другие варианты ответов, но они составили всего 11,9%. Таким образом, можно утверждать, что у невесток перечень причин конфликтов не отличается значительным разнообразием. Наиболее частым выбором из ряда причин конфликтов у свекровей был ответ «домашние дела, быт». Скорее всего, такой выбор причин связан с устоявшимся укладом ведения хозяйства у свекровей, с их желанием давать невесткам советы и наставления, воспринимая невесток как менее опытных. На втором месте по частоте встречаемости оказалось воспитание детей (52,4%), затем «ревность, борьбу за внимание мужа/сына» (33,3%), финансовые вопросы (28,6%).

РЕФЛЕКСИЯ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ

Следующей задачей исследования было сравнение характеристик, которые приписывают невестки свекровям и свекрови – невесткам. В Анкете был открытый пункт «Полагаю, что моя свекровь видит во мне такие качества...». Анализ на-

званных невестками качеств (лексика респонденток сохранена) показывает, что, по их мнению, свекрови видят в них заметно больше отрицательных качеств, чем положительных (см. Табл. 2).

Таблица 2. Качества невестки, которые по ее мнению видит в ней свекровь

Качества	Количество ответивших	Процент ответивших
Любовь и забота по отношению к членам семьи	7	16,6%
Хозяйственность, экономность	7	16,6%
Лень	5	11,9%
Злость, агрессивность	4	9,5%
Хамство, стервозность	4	9,5%
Неуважение	4	9,5%
Глупость	4	9,5%
Только плохие качества	4	9,5%
Высокомерие, своенравность	3	7,1%
Упрямство, эгоизм	3	7,1%
Независимость	3	7,1%
Неопытность	3	7,1%
Не знаю	5	11,9%
Другое	13	30,9%

Источник: данные автора

Наиболее частотными оказались две, предполагаемые невестками, их положительные характеристики – любовь к мужу, детям, забота по отношению к ним и хозяйственность, экономность. Но в сумме они составляют только 33,2% качеств из всего списка. Остальные качества в выявленном перечне отрицательные. Менее частотными выборами (по два ответа, они не внесены в таблицу) были такие качества: неконфликтность (4,8%), терпение (4,8%), трудолюбие (4,8%), нервозность (4,8%), (моя) соперница (4,8%). Перечень отрицательных качеств отличается большим разнообразием, чем – положительных. Было обнаружено относительно небольшое количество единичных ответов, они были объединены в группу «Другое». Среди них были такие: плохая мать, жадная, завистливая. В числе единичных положительных качеств были названы: честность, жизнерадостность, скромность, ум.

Характеристики свекровей (качества, по их предположению, приписываемые им невестками) в обсуждаемом открытом пункте Анкеты представлены в таблице 3.

Таблица 3. Качества свекрови, которые по ее мнению видит в ней невестка

Качества	Количество ответивших	Процент ответивших
Доброта	12	57,0%
Отзывчивость, готовность помочь	4	19,0%
Открытость	4	19,0%
Жизнерадостность	4	19,0%
Хозяйственность	3	14,3%
Ум	3	14,3%
Взаимопонимание	3	14,3%
Жизненный опыт	2	9,5%
Ответственность, надежность	2	9,5%
Другое	6	28,6%
Не знаю	3	14,3%

Источник: данные автора

По мнению свекровей, невестки видят в них больше положительных характеристик, чем отрицательных. Так, например, 57,0% свекровей отметили, что невестки считают их добрыми. Было обнаружено несколько единичных положительных качеств (– 14,3%, они не внесены отдельной строкой в таблицу) и три единичных отрицательных качества: обидчивость, отстраненность, эгоизм. Отметим немалое совпадение ожидаемых от другой стороны качеств и желаемых качеств партнерши по межличностному взаимодействию.

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ КАЧЕСТВА РОДСТВЕННОЩИ

В Анкете, среди открытых пунктов, был тот, в котором следовало назвать желаемые качества свойственной родственницы. Анализируя перечень желаемых качеств невестки, нетрудно заметить небольшой разброс в ответах – свекрови называли практически одни и те же качества. Скорее всего, исходя из своего жизненного опыта, свекрови более точно представляют, какой они хотели бы видеть невестку. Вероятно, в ответах свекровей играл свою роль личный опыт

предыдущего периода жизни в семейном статусе невестки. Для 61,9% респонденток важно, чтобы невестка любила их сына и детей, уважала всех членов семьи. Свекрови хотят видеть свою невестку прежде всего доброжелательной (38,0%), умной (33,3%), хозяйственной (28,6%), отзывчивой и понимающей (23,8%), обладающей оптимизмом и чувством юмора (19,0%). Реже встречались такие качества: тактичность, терпение, мудрость, а в единичных суждениях фигурировали порядочность, простота, надежность, чувство вкуса.

Для большинства невесток наиболее важно такое личностное качество свекрови как доброта, его отметили треть респонденток. Среди желаемых качеств были также названы искренность и отсутствие лицемерия (21,4%), невмешательство в дела семьи (21,4%), понимание (19,0%), сдержанность (19,0%), ум (19,0%), уважение (14,3%), мудрость (9,5%), порядочность (9,5%). Реже указывались такие качества, как терпение, скромность, ответственность, молчаливость. Среди единичных ответов были: женственность, щедрость, жизнерадостность, аккуратность, трудолюбие, отсутствие мнительности.

НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА РОДСТВЕННИЦЫ

Описывая качества, которые свекрови не хотели бы обнаружить у своих невесток, 42,9% респонденток назвали сварливость и хамство, 28,6% не желали бы, чтобы невестка была злой, жадной, эгоистичной, ленивой, глупой. Реже в число нежелательных входили: вредные привычки, распущенность, раздражительность, неверность, упрямство. Среди единичных ответов можно выделить спесь, интриганство, расточительность, вранье. Невестки не хотели бы видеть у свекрови следующие качества: навязчивость, вмешательство в семью сына (28,5%), злость (26,2%), лживость или двуличие (19,0%) жадность и корыстолюбие (16,7%). Реже (менее 10%) встречались: необразованность, зависть, ревность, конфликтность.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СТИЛЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Респондентки дважды отвечали на вопросы личностного опросника Т. Лири. В первом случае из перечисленных характеристик они отмечали те, которые, по их мнению, соответствуют их невестке/свекрови, а во втором – те качества, которые они хотели бы у них видеть. Как видно из анализа базовых статистик, существуют значительные различия между средними значениями по показателям в образе реального и идеального партнера в диаде невестка – свекровь (см. Табл. 4).

Таблица 4. Сравнение черт реальной и идеальной родственницы

Октанты методики Лири	Реальная свекровь	Идеальная свекровь	Реальная невестка	Идеальная невестка
Властный-лидирующий	10,43	6,93*	10,00	8,33*
Независимый-доминирующий	10,17	5,43*	8,19	5,33*
Прямолинейный-агрессивный	8,14	5,45*	8,10	6,24*
Недоверчивый-скептический	9,90	2,09*	6,80	2,76*
Покорно-застенчивый	3,77	6,50*	4,78	6,14
Зависимый-послушный	4,74	5,40	4,90	5,00
Сотрудничающий-конвенциональный	5,38	9,76*	6,35	9,29*
Ответственно-великодушный	6,13	11,26*	7,10	11,76*

Примечание. В таблицы приведены средние баллы; значком * обозначены параметры, значимо отличающиеся от аналогичных на уровне 95%.

Источник: данные автора

По мнению невесток, преобладающий стиль межличностного взаимодействия их свекровей – «властный–лидирующий». Самые высокие оценки наблюдаются у первых четырех стилей, которые характеризуются преобладанием неконформных тенденций, конфликтных проявлений, тенденцией к лидерству и доминированию. В образе идеальной свекрови обнаруживаются противоположные качества. Наибольшие оценки были получены по шкалам «сотрудничающий–конвенциональный» и «ответственно–великодушный». Таким образом, невестки хотели бы видеть свекровей более склонными к компромиссам, альтруизму и дружелюбию.

В оценках свекровей наблюдается очень сходная картина. Преобладающим стилем в межличностных отношениях у их невесток они считают «властный–лидирующий». Довольно высокие баллы получены по шкалам «независимый–доминирующий» и «прямолинейный–агрессивный». Образ идеальной невестки почти такой же, как и идеальной свекрови (разница в пределах одного балла, за исключением первого октанта). Самые высокие оценки по октантам «сотрудничающий–конвенциональный» и «ответственно–великодушный». Вместе с этим, относительно высокий балл получен по шкале «властный–лидирующий». Это может говорить о том, что помимо более компромиссного и дружелюбного поведения, чем есть, свекрови хотят видеть свою невестку с адекватной самооценкой, умеющую быть упорной и настойчивой. Стоит отметить, что невестки и свекрови очень сходно оценивают не только идеальные образы друг друга,

но и реальные. В среднем, разница между значениями по шкалам реальной свекрови и невестки колеблется в пределах одного балла. Различия в два и три балла наблюдаются по шкалам «независимый–доминирующий» и «недоверчивый–скептический», соответственно. Невестки воспринимают свекровей более властными, деспотичными, критичными и замкнутыми, чем таковыми считают свекрови невесток.

По данным корреляционного анализа, наибольшее позитивное влияние на удовлетворенность отношениями со свекровью оказывает выраженность у неё «ответственно–великодушного» (0,64; $p < 0,01$) и «зависимо–послушного» (0,46; $p < 0,01$) стилей взаимодействия (0,46; $p < 0,01$), а наибольшее негативное влияние – «независимый–доминирующий» (-0,62; $p < 0,01$) и «недоверчивый–скептический» (-0,60; $p < 0,01$) стили. На выборке свекровей обнаружены значимые ($p < 0,05$) корреляции возраста дочери свекрови с рядом показателей стиля взаимодействия у невестки, а именно, такие параметры, как «прямолинейный–агрессивный» (-0,81) «недоверчивый–скептический» (-0,71), Зависимый–послушный (-0,65), независимый–доминирующий» (-0,55). Следовательно, с возрастом, с увеличением времени взаимодействия с невесткой и, главное, с расширением возможностей получать впечатления от своей дочери в роли невестки, образ невестки, как коммуникатора, в большинстве случаев меняется в лучшую сторону.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ И ВЫВОДЫ

Выводы эмпирического исследования

Анализируя суждения о желаемых и не желаемых качествах свойственных родственниц, можно сделать вывод о том, что свекрови ценят более всего в невестках доброту, любовь к детям и мужу, заботливое отношение к семье, уважение не только по отношению к своей семье, но и к родителям, как своим, так и мужа. К нежелательным качествам они относят злость, хамство, эгоизм. Таким образом, свекрови, преимущественно, выделяют те качества, которые большинство людей особенно высоко оценивают в разных межличностных связях, понимая с накоплением жизненного опыта их ведущее значение. Предпочтения невесток схожи со свекровьями в подчеркивании, как самого желательного качества, доброты, но отличаются ожиданиями повышенной деликатности от свойственных родственников. Супружеские отношения трудно представить без интимности, понимаемой как определённая закрытость от (любых) других людей, в том числе значимых других, как наличие чего-либо тайного, сокровенного, существование того, что от близкого человека скрыть не удастся или не нужно скрывать, но

остальным лучше не знать. Кроме того, невесткам очень важна готовность признавать самостоятельность молодой семьи и необходимость границ участия в их жизни, неприемлемость каких-либо манипуляций для уменьшения внутреннего пространства семьи, закрытого от остальных людей.

Для невесток, наиболее важно обнаружить у свекрови готовность к принятию психологической самодостаточности семьи сына, к ограниченному участию в жизни молодой семьи. Особый приоритет именно этих характеристик можно объяснить тем, что семьи невесток из нашей выборки относительно молодые, средний стаж в браке составляет 10 лет. Как важные, у свекрови выделены такие качества, как доброта, искренность и отсутствие лицемерия. Противоположны по смыслу нежелательные характеристики свекрови – злость, вмешательство в семью сына и невестки, двуличность.

Таким образом, представления партнеров друг о друге в диаде свекровь – невестка имеют заметные различия. В большинстве случаев свекровь считает, что невестка находит в ней больше положительных качеств, чем отрицательных. У другого партнера по диаде – у невестки, впечатление иное: она полагает, что свекровь видит в ней больше отрицательных качеств, чем положительных.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведенное нами исследование позволило уточнить причины возникновения (довольно часто) противоположных и симметрично негативных представлений о личностных качествах свойственной родственницы в диаде невестка – свекровь тем, что с одной и другой стороны имеют место встречно направленные потребности и желания более полного, эмоционально насыщенного межличностного взаимодействия с близким человеком.

Невестка негативно относится к вмешательству свекрови в супружеские и родительско-детские отношения, в домашние дела, к необходимости подстраиваться под ее стиль жизни. Весьма существенно, что жене приходится конкурировать со свекровью в борьбе за эмоциональную связь с супругом. Это достаточно непросто, поскольку мать и ребенка соединяют многие прочные связи, и на первом месте – уникальные биологические связи – вынашивание и рождение сына. Для русского слуха привычно выражение «Я родился... Например, тогда-то или там-то...», в котором глагол имеет возвратное окончание «-ся», в других случаях это окончание обозначает самостоятельно произведенное субъектом действие. Многие матери привычно используют фразы «У меня родился...» и «Я родила...» как эквивалентные. Но они имеют разный смысл, хранящийся не в словах, а в глубинных ощущениях. Мать дала сыну жизнь,

она подарила миру человека, с отцом ребенка они подарили человеку мир. Материнство с самоотдачей всегда представляет собой служение и жертвенность, оно, без каких-либо натяжек, может быть оценено как духовное деяние. Принять любовную поглощенность сына другой женщиной, как неизбежную экзистенциальную необходимость, может не любая мать. Для этого требуются навыки жизненного философствования, умения отдаляться от ситуации и смотреть на неё со стороны. Не все матери имеют эти умения и немногие имеют возможности хотя бы на время отойти от повседневности, оторваться от забот. Нередко в этом причина неготовности отпустить от себя родного человека («подарить его»), но есть потребность в компенсации, в получении своего рода «эмоционального выкупа». Излишняя привязанность матери к сыну представляет собой весьма неблагоприятный фактор. «Положение значительно ухудшается, если свекровь одинока или имеет с сыном прочные эмоциональные связи. Plzak считает такую комбинацию наиболее опасной» (С. Кратохвил, 1991, с. 269). Это нередко происходит в тех случаях, когда ребенок был единственным смыслом и единственной любовью на протяжении всей ее жизни. Обычно это поздний ребенок, очень желанный, или же ребенок, рано оставшийся без отца. Конечно, матери будет трудно привыкать к эмоциональному отдалению сына. Довольно часто матери вообще не хотят мириться с изменениями своего положения и продолжают выполнять привычную роль, считая себя самым важным членом семьи сына, вмешиваясь в дела молодой семьи на правах старшинства. Другой вариант неблагоприятного – тип воспитания – гиперпротекция, когда ребенку постоянно указывают, что делать, как делать, с кем дружить, и при этом не оставляют выбора. Взрослея, сын таких родителей все равно, так или иначе, остается под их давлением.

В ситуации конфликта невестки и свекрови в сложном положении оказывается мужчина. Если он вступает в коалицию со своей матерью, то конфликт от этого может только обостриться. Однако проблем становится не меньше, если муж кооперируется с женой, особенно, когда при этом он не препятствует матери продолжать вмешиваться в их отношения. Попытки мужчины примирить жену и мать чаще всего бывают безуспешными. Защищая из лучших побуждений жену перед матерью и мать перед женой, он лишь еще больше усугубляет ситуацию (Кратохвил, 1991). Заслуживают внимания выводы Т.В. Андреевой и Л.Н. Савиной, которые определили четыре позиции, которые может занимать муж-сын. По мнению авторов, наиболее подходящей выступает роль «миротворца» или «буфера», когда мужчина не принимает ни одну сторону, но и не устраняется от контактов и обсуждений, выслушивает претензии обеих сторон, но не передает мнений от одной стороны – другой. «В результате такой позиции мужа отношения “по диагонали” стабилизируются и в ряде случаев нормализуются»

(Андреева, Савина, 2000, с. 116). Вместе с тем, стоит принять во внимание и наблюдения психотерапевтов, свидетельствующие, что названные роли такого рода как «миротворец» или «буфер» представляют собой весьма нелегкое испытание для мужа/сына при наличии у него пониженной психологической устойчивости. Эта затяжная стрессовая нагрузка нередко приводит к психосоматическим расстройствам. В таких ситуациях могла бы быть полезна помощь медиатора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Получены новые данные о ряде весьма важных составляющих социальных представлений о существующих и идеальных отношениях в диаде свекровь–невестка, желательных и нежелательных качествах свойственной родственницы. Описаны некоторые особенности динамики социальных представлений при увеличении длительности семейной жизни – расширение в них позитивных компонентов. Существует взаимовлияние социальных представлений и нередких трудностей в принятии новой социальной роли при установлении свойственных родственных отношений.

В одной статье невозможно с необходимой полнотой раскрыть все многоплановые связи данного вида свойственных родственных отношений. Кроме затронутых нами аспектов, важно учитывать факторы личностной гармонии/дисгармонии одного и другого субъекта отношений, жизненной предыстории и обстоятельств текущей ситуации, влияние доверия и недоверия, психологической компетентности и многих других причин и особенностей.

ЛИТЕРАТУРА

- Андреева, Т.В. (2004). *Семейная психология: Учеб. пособие*. СПб.: Речь.
- Андреева, Т.В., Савина, Л.Н. (2000). Расширенная семья: психологические аспекты взаимоотношений невестки и свекрови. Ананьевские чтения-2000: Тез. научно-практической конф., СПб., 114-116.
- Белорукова, Н.О. (2000). Семейные трудности и совладающее поведение на разных этапах жизненного цикла семьи: автореф. дис. ...канд. психол. наук / Н.О. Белорукова. – Кострома.
- Ильин, Е.П. (2006). Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. – СПб.: Питер.
- Карцева, Л.В. (2003). Модель семьи в условиях трансформации российского общества. *Социологические исследования*, 7, 92-100.
- Коростылева, Л.А. (2006). Психология самореализации личности. Брачно-семейные отношения. СПбГУ.
- Кратохвил, С. (1991). Психотерапия семейно-сексуальных дисгармоний. – М.: Медицина.

- Крюкова, Т.Л., Сапоровская, М.В., Куфтяк, Е.В. (2005). Психология семьи: жизненные трудности и совладение с ними., СПб.: Речь.
- Сапоровская, М.В. (2013). Психология межпоколенных отношений в семье. Кострома.
- Сатир, В. (1992). Как строить себя и свою семью. М.: Педагогика-Пресс.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОТНОШЕНИЯХ В ДИАДЕ СВЕКРОВЬ–НЕВЕСТКА

АННОТАЦИЯ: Цель исследования заключается в изучении социальных представлений о существующих и идеальных отношениях между невестками и свекровьями. Обсуждаются данные анкетного опроса. Обнаружено, что представления партнеров друг о друге в диаде свекровь – невестка имеют заметные различия. В большинстве случаев свекровь считает, что ее невестка видит в ней больше положительных качеств, чем отрицательных. Невестка полагает, что свекровь видит в ней больше отрицательных качеств, чем положительных. Исследование позволило уточнить причины возникновения противоположных и симметрично негативных представлений о личностных качествах партнера в диаде. Свекровь и невестка конкурируют за эмоционально насыщенное межличностное взаимодействие с близким человеком (сыном/ мужем).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стиль межличностного взаимодействия, родственные отношения, эмоциональная близость, свекрови и невестки.

PERCEPTIONS OF PERSONAL QUALITIES OF DAUGHTERS-IN-LAW AND MOTHERS-IN-LAW

SUMMARY: The purpose of the study is to explore the social representations of the current and the ideal relationship between the daughters-in-law and mothers-in-law. Discussed carried out by the questionnaire data. It has been found that the presentation of the partners of each other in a dyad daughters-in-law – mothers-in-law have notable differences. In most cases, mother-in-law said that her daughters-in-law sees her more positive qualities than negative. Daughter-in-law believes mothers-in-law sees it as more negative attributes than positive. The study helped to clarify the cause of the opposite and symmetrical negative perceptions about the personal qualities of a partner in a dyad. Mother-in-law and daughter-in-law compete for emotionally charged interpersonal interaction with close person (son/husband).

KEYWORDS: interaction style, family relationship, emotional closeness, mothers-in-law and daughters-in-law.

PERCEPCJA WZAJEMNYCH RELACJI W UKŁADZIE „TEŚCIOWA–SYNOWA”

STRESZCZENIE: Celem przedstawionych w artykule badań była analiza percepcji społecznej realnych i idealnych relacji między synową a teściową. Przedstawiono wyniki badań ankietowych. Stwierdzono, że wzajemne postrzegania w układzie „teściowa–synowa” wykazują istotne różnice. W ocenie teściowej synowa przypisuje jej więcej cech pozytywnych. Synowa natomiast uważa, że teściowa dostrzega w niej więcej cech negatywnych. Przeprowadzone badania pozwalają na ustalenie przyczyn różnic we wzajemnym postrzeganiu cech w relacjach pomiędzy synową a teściową. Ustalono, że przedmiotem rywalizacji między synową a teściową są więzi emocjonalne z bliską osobą (synem/mężem).

SŁOWA KLUCZOWE: style relacji interpersonalnych, więzi rodzinne, bliskość emocjonalna, synowa, teściowa.

II

KONTEKST EDUKACJI

WIESŁAW ŁUKASZEWSKI

Uniwersytet Zielonogórski

ZASKAKUJĄCE KONSEKWENCJE DOŚWIADCZANIA LĘKÓW EGZYSTENCJALNYCH

Kiedy przed laty J. Greenberg, T. Pyszczynski oraz S. Solomon opublikowali zrzęby teorii opanowywania trwogi (*terror management theory*), nie spodziewali się zapewne, że wywołają tak wielką dyskusję i zainspirują tak wiele badań (Greenberg i in., 1986; Greenberg i in., 1990). Wszystko zaczęło się od słynnej książki E. Beckera *The denial of death* (Zaprzeczanie śmierci). E. Becker nawiązał do powtarzanej od czasów Arystotelesa idei dotyczącej dwoistości ludzkiej natury. Sam Arystoteles nazwał człowieka wprost zwierzęciem społecznym i podkreślał jego biologiczny oraz społeczny rodowód. E. Becker zauważył, że o ile materialna (biologiczna) część ludzkiej natury podlega nieuchronnej śmierci, o tyle część symboliczna (psychospołeczna) mniej lub bardziej skutecznie potrafi się śmierci przeciwstawiać. Zdolność człowieka do tworzenia świata symbolicznego, zdolność do tworzenia kolektywnego systemu znaczeń, światopoglądu, kultury – wszystko to ma dwoiste konsekwencje. Z jednej strony te zdolności są warunkiem uświadomienia sobie przez człowieka własnej śmiertelności, z drugiej zaś pozwalają mu na wytworzenie wielu pomysłowych sposobów radzenia sobie z doświadczanym lękiem przed śmiercią (Becker, 1973).

KLASYCZNE UJĘCIE TEORII OPANOWYWANIA TRWOGI

W punkcie wyjścia teoria opanowywania trwogi nawiązywała wprost do prac E. Beckera i koncentrowała się na roli światopoglądu, jednak z biegiem czasu pojawiły się w tej teorii także inne wątki. Tak czy inaczej, autorzy teorii opanowywania trwogi przyjmowali

nader kontrowersyjne założenie, że wywodzący się z instynktu samozachowawczego lęk przed śmiercią jest najbardziej podstawowym, o ile nie jedynym, mechanizmem motywacji ludzkiego działania. Ta oparta na jednym założeniu idea powtarza błędy typowe dla psychoanalizy upatrującej w *libido* źródła wszelkiej ludzkiej aktywności. O ile jednak psychoanaliza miała wątpliwe podstawy empiryczne, o tyle teoria opanowywania trwogi – mimo pewnych oczywistych słabości teoretycznych – ma solidne zaplecze badawcze. W początkowym, oryginalnym stadium rozwoju teoria opracowana przez T. Pyszczynskiego i współpracowników wskazywała na dwa zasadnicze sposoby radzenia sobie z doświadczanym lękiem przed śmiercią. Pierwszym z nich była konsolidacja światopoglądu, drugim zaś odwołanie się do samooceny (Łukaszewski, 2011).

ROLA KOLEKTYWNEGO SYSTEMU ZNACZEŃ

Badacze z kręgu teorii opanowywania trwogi używali określenia „światopogląd kulturowy”. Bardziej odpowiednie jednak wydaje się wprowadzone do psychologii przez Janusza Reykowskiego określenie „kolektywny system znaczeń” (Reykowski, 1995). Na system ten składa się kilka grup zjawisk: (a) cenione wartości; (b) podzielane, i traktowane jako słuszne oraz pożyteczne, reguły postępowania; (c) podtrzymywane zwyczaje, tradycje, obrzędy oraz (d) przekonania polityczne, wierzenia religijne, najczęściej uprawiane sporty.

Tak rozumiany kolektywny system znaczeń jest nie tylko narzędziem interpretacji natury ludzkiej, natury świata czy zdarzeń społecznych, lecz przede wszystkim zbiorem standardów określających, co jest normalne, a co nie. Jest zbiorem przepisów zachowania wobec swoich i obcych. Kluczowe jest tu w miarę proste odróżnienie normy i dewiacji, tego, co jest zalecane, i tego, co jest wykluczane.

Idea twórców teorii opanowywania trwogi jest tu bardzo klarowna: osoby o stabilnym dobrze utrwalonym systemie znaczeń są znacznie mniej wrażliwe na sygnały dotyczące śmiertelności, a więc rzadziej i słabiej przeżywają lęk przed śmiercią. Z drugiej strony w warunkach wyrazistości śmierci, wtedy kiedy myśli o śmierci są łatwo dostępne, ludzie nie tylko utwierdzają się we własnym światopoglądzie, nie tylko uskrajniają własne poglądy, lecz także poszukują kontaktu z tymi, którzy ten światopogląd podzielają. Co więcej w warunkach wyrazistości śmierci wzrasta nie tylko faworyzacja własnego światopoglądu i poparcie dla niego, lecz także bardzo silna jest deprecjacja odmiennych systemów znaczeń i odrzucenie ich jako bezwartościowych lub zagrażających (Greenberg i in., 1990; Greenberg i in., 2001; Greenberg i in., 2003).

Liczne badania pokazują, że w warunkach wyrazistości śmierci następuje (a) wzrost intensywności postaw patriotycznych; (b) zwiększa się faworyzacja grup własnych oraz deprecjonowanie grup obcych; (c) nasila się stereotypowa percepcja obcych; (d) rośnie nietolerancja wszelkiej odmienności i wreszcie (d) następuje radykalizacja poglądów

politycznych oraz postaw religijnych (zob. np. Rosenblatt i in., 1989; Greenberg i in., 1990; Schimel i in., 1999; Greenberg i in., 2001; Greenberg i in., 2003).

Nieco bardziej skomplikowany jest inny problem: czy zakwestionowanie czyjeś systemy znaczeń powoduje wzrost wrażliwości na sygnały dotyczące śmierci. Teoretycznie tak być powinno, dane empiryczne nie układają się jednak zgodnie z oczekiwaniem (Łukaszewski, 2011).

SAMOOCENA JAKO BUFOR BEZPIECZEŃSTWA

Drugim, po kolektywnym systemie znaczeń, buforem chroniącym przed konsekwencjami doświadczenia wyrazistości śmierci jest – zdaniem autorów teorii opanowywania trwogi – wysoka samoocena. W tym przypadku sytuacja jest bardziej klarowana. Z jednej strony bowiem sporo danych potwierdza oczekiwanie, że osoby o wysokiej samoocenie są mniej wrażliwe na sygnały wyrazistości śmierci i w związku z tym przeżywają lęki rzadziej i słabiej (zob. np. Harmon-Jones i in., 1997; Pyszczynski i in., 2004). Dane te najczęściej dotyczą tak zwanej samooceny globalnej mierzonej skalą SES Milтона Rosenberga (Łaguna, Lachowicz-Tabaczek, Dzwonkowska, 2007). Tu jednak pojawiają się problemy. Po pierwsze, prawie wszyscy ludzie mają wysoką samoocenę – w polskich badaniach jest to ponad 80 procent osób. Po drugie, notuje się pozytywną korelację między globalną samooceną a potrzebą aprobaty społecznej, która z kolei powiązana jest z tendencją do kłamstwa i samooszustwa. Można powiedzieć, że potrzeba aprobaty społecznej najlepiej wyraża się w konformizmie i tendencji do przedstawiania się w korzystnym stopniu, a więc jest mechanizmem autoprezentacyjnym, a to skłania do myślenia, że samoocena też może pełnić funkcje autoprezentacyjne.

Jest też i druga strona zależności: w warunkach wzbudzenia wyrazistości śmierci nasila się tendencja do poszukiwania mocnych stron, argumentów leżących u podstawy przekonania o własnej wartości. Chodzi o przekonanie, że „ogólnie rzecz biorąc” albo też „pod pewnym szczególnym względem” jest się wartościową jednostką. Słowem, osoby, którym aktywowano myśli o śmierci, w niedługi czas po tym miały systematycznie wyższą samoocenę niż osoby, które takiej aktywizacji myśli o śmierci nie doświadczyły i nie ma żadnych wątpliwości, że jest to efekt manipulacji eksperymentalnej (Pyszczynski i in., 2004; Łukaszewski, 2011).

PRACE PÓZNIEJSZE

Choć pierwotnie wydawało się, że odwołanie do światopoglądu i do samooceny wyczerpuje listę buforów zabezpieczających przed lękiem egzystencjalnym, późniejsze badania pokazały, że tak jednak nie jest. Badania te przebiegały w różnych kierunkach.

POSZUKIWANIE BLISKICH KONTAKTÓW Z INNYMI

Wiele lat temu wykazano, że w sytuacjach obciążających emocjonalnie, na przykład stresu czy lęku aktywizuje się potrzeba afiliacji – ludzie poszukują (co najmniej) obecności innych ludzi (Schachter, 1959). Wprawdzie autorzy teorii opanowywania trwogi twierdzili, że lęk przed śmiercią jest fenomenem specyficznym, niepodobnym do innych, trudno zaprzeczyć jednak, że jest to rodzaj lęku. Pojawiło się zatem pytanie, czy ten rodzaj doświadczenia emocjonalnego także nasila zapotrzebowanie na bliskie kontakty z innymi. Badania nie pozostawiają wątpliwości.

Po pierwsze okazało się, co nie jest zaskoczeniem, że ludzie skonfrontowani z myślą o śmierci wolą spędzać czas z innymi ludźmi, a nie w samotności. Po drugie, wiele badań wskazuje, że doświadczenie wyrazistości śmierci nasila pragnienie wejścia w bliskie związki lub utrzymania istniejących bliskich związków z innymi ludźmi zaś kłopoty w bliskich związkach zwiększają dostępność myśli o śmierci. Po trzecie, okazało się, że osoby skonfrontowane ze śmiercią były bardziej wrażliwe na sygnały dotyczące możliwego odrzucenia społecznego. Po czwarte, stwierdzono, że możliwość separacji z bliskimi wyraźnie nasila poziom lęku przed śmiercią. Po piąte, doświadczenie wyrazistości śmierci sprawiało, że oczekiwania czy wymagania pod adresem potencjalnego partnera/partnerki bliskiego związku romantycznego były niższe niż w grupie kontrolnej (zob. np. Florian i in., 2002; Hirschberger i in., 2002).

Wszystkie te dane pokazują silny mechanizm afiliacji oraz duże znaczenie obecności innych ludzi i pozostawania w bliskich relacjach (np. romantycznych) z innymi ludźmi jako ochronę przed lękiem egzystencjalnym. Doświadczenie wyrazistości śmierci skłania nas nie tylko do tego, by być kimś, lecz także do tego, by być z kimś.

ODWOŁANIE SIĘ DO PRZEŻYWANEGO NASTROJU

Jakkolwiek twórcy teorii opanowywania trwogi zastrzegają, że mechanizm redukcji lęku przed śmiercią jest odrębny od regulacji nastroju czy samopoczucia, to wyniki badań wskazują na coś innego. Okazuje się bowiem, że doświadczenie wyrazistości śmierci aktywizuje działania, które w konsekwencji przynoszą hedonistyczną przyjemność. Przejawia się to na kilka sposobów. Pierwszym z nich jest preferencja ryzyka stymulacyjnego, a więc ryzyka, które dostarcza bodźców. Stwierdzono więc, że po doświadczeniu wyrazistości śmierci rośnie tendencja do ryzykownej szybkiej jazdy samochodem, ryzykownego nurkowania, ryzykownych zakupów narkotyków i tym podobnych zachowań. Konfrontacja z myślami o śmierci skłania między innymi do ryzykownych zachowań nawet kosztem zdrowia – na przykład do ryzykownego opalania się osób zagrożonych nawrotem choroby nowotworowej czy do wzrostu

liczby wypalanych papierosów. Drugim przejawem opisywanej tendencji są zachowania konsumpcyjne – wydawanie pieniędzy, zakupy luksusowych przedmiotów. Trzecim jest skłonność do objadania się słodyczami (zob. np. Taubman-Ben-Ari i in., 1999; Rosenbloom 2003; Taubman-Ben-Ari, Findler, 2003; Taubman-Ben-Ari, 2004; Łukaszewski, 2011).

Zważywszy na koncepcję, wedle której naraz można przeżywać tylko jedną emocję (Frijda, 1986, 1989), wszystkie opisane tu sposoby radzenia sobie z lękiem przed śmiercią odwołują się do stłumienia emocji negatywnych powiązanych z myślą o śmierci i przeżywania emocji pozytywnych o hedonistycznym tonie.

KONCENTRACJA NA WŁASNYM WYGLĄDZIE

Dość nieoczekiwanych odkryć dokonał nasz zespół. Dotyczą one związku między lękiem przed śmiercią i koncentracją na własnym wyglądzie. Stwierdziliśmy (a) wzrost zainteresowania własnym wyglądem pod wpływem aktywizacji myśli o śmierci; (b) podwyższenie się emocjonalnie nasyconych ocen własnego ciała po doświadczeniu wyrazistości śmierci; (c) mniejszą dostępność myśli o śmierci u osób zadowolonych z własnego wyglądu; (d) mniejszą dostępność myśli o śmierci po zabiegach poprawiających wygląd, np. po wizycie u fryzjera lub w solarium, a nawet po wykonaniu bolesnej depilacji włosów łonowych (zob. np. Łukaszewski, Boguszewska, 2008; Łukaszewski, 2011; Łukaszewski, Boguszewska, 2012). Powstaje wiele prac idących w tym kierunku, bo jedną z nieoczekiwanych hipotez, jaka pojawiła się podczas badań, jest przypuszczenie, że samouprzedmiotowienie (instrumentalne traktowanie ciała) może być sposobem redukcji lęku przed śmiercią.

WŁADZA I JEJ KONSEKWENCJE

Według koncepcji nienasycenia władzą (tzw. apetytywny system dążenia) opracowanej przez D. Keltnera wynika, że sprawowanie władzy dostarcza krzepiącego poczucia własnej wartości (Keltner i in., 2010). Władza zatem powinna także pełnić rolę bufora chroniącego przed lękami egzystencjalnymi. Postanowiliśmy sprawdzić te oczekiwania w serii badań, których wyniki nie były jeszcze publikowane. Nasze przewidywania znalazły potwierdzenie, choć nadal wymagają dalszych badań. Okazało się bowiem, że w każdej sytuacji, w której ktoś sprawował władzę (decydował o poczynaniach innych ludzi), miał mniejsze wskaźniki lęku przed śmiercią niż osoby, które tej władzy podlegały. Co ważne, we wspomnianych badaniach rola posiadającego władzę lub podlegającego władzy wynikała z losowego podziału osób badanych. Efekty opisane

powyżej powinny być znacząco silniejsze wtedy, gdy dotyczyć będą osób sprawujących władzę w przestrzeni społecznej.

PIENIĄDZE

Z serii badań wykonanych między innymi przez A. Gąsiorowską wynika, że pieniądze także mogą być potraktowane jako bufor zabezpieczający przed lękiem egzystencjalnym. Stwierdziła ona kilka zależności, między innymi: aktywizacja lęku przed śmiercią nasilała pożądanie pieniędzy; aktywizacja lęku przed śmiercią nasilała tendencję do przeceniania wielkości monet i banknotów, co traktowane jest jako wskaźnik subiektywnego znaczenia przypisywanego pieniądзом; koncentracja uwagi na pieniądzach redukuje dostępność myśli o śmierci – dotyczy to zarówno koncentracji na wydawaniu, jak i na oszczędzaniu (Gąsiorowska, 2014). Ten ostatni efekt powinien być silniejszy w naturalnych warunkach życiowych, gdzie obserwować można nie tylko tendencje do wydawania czy oszczędzania, lecz także rzeczywiste operacje finansowe.

CZY TYLKO LĘK PRZED ŚMIERCIĄ?

I. Yalom, znakomity terapeuta i zasłużony popularyzator egzystencjalnego nurtu terapii psychologicznej, wymienia kilka podstawowych lęków egzystencjalnych: lęk przed śmiercią, lęk przed samotnością (przed utratą więzi z innymi), lęk przed zniewoleniem (przed utratą wolności wyboru), lęk przed pustką (przed utratą sensu). I. Yalom nie tylko nie neguje znaczenia lęku przed śmiercią pośród różnych lęków egzystencjalnych, lecz wręcz przeciwnie, wyraża dość aprioryczne przekonanie, że pozostałe lęki egzystencjalne wywodzą się właśnie z lęku przed śmiercią (Yalom, 2008). Prawdę mówiąc, trudno z tym dyskutować, tym bardziej że, o ile na temat opanowywania trwogi przed śmiercią przeprowadzono mnóstwo badań, o tyle na temat konsekwencji innych lęków egzystencjalnych badań jest znacznie mniej. Postanowiliśmy w naszym zespole sprawdzić, czy konsekwencje wyrazistości utraty wolności lub utraty więzi z innymi nie są podobne do konsekwencji wyrazistości śmierci. Niestety, nie są to dane systematyczne, wiele badań nadal jest w toku, ale już obecnie wyłania się dość ciekawy obraz.

Seria badań dotyczyła przygotowania metody aktywizacji lęku przed utratą wolności. Przeprowadziliśmy kilkanaście prób, z których wszystkie zakończyły się niepowodzeniem. W materiale, który naszym zdaniem silnie eksponował problem ograniczenia wolności osobistej człowieka, badani dostrzegali agresję, przemoc czy cynizm. Żaden z tych materiałów nie wywoływał skojarzenia z wolnością lub jej brakiem. Staaliśmy w obliczu problemu tymczasem nierozwiązywalnego – nie wiadomo, czy odnotowane

efekty są związane z defektami zastosowanych metod, czy może są przejawem nader małej wrażliwości na problemy wolności i jej braku w badanej populacji.

Sporo badań wykonaliśmy na temat lęku przed samotnością (przed utratą więzi z innymi). Biorąc pod uwagę wyniki badań nad związkiem między lękiem przed śmiercią i poszukiwaniem bliskich związków z innymi, oczekiwaliśmy, że także w innych aspektach konsekwencje lęku przed samotnością okażą się podobne do następstw lęku przed śmiercią. Seria badań jeszcze niepublikowanych potwierdza nasze oczekiwania. Część wyników jest oczywista, na przykład związek między aktywizacją lęku przed samotnością i poszukiwaniem satysfakcjonujących kontaktów z innymi ludźmi. Okazało się jednak, że aktywizacja lęku przed samotnością nasila także różne mechanizmy autowaloryzacji, czego efektem jest podniesienie się samooceny. Lęk przed samotnością aktywizuje również problemy światopoglądowe, na przykład powoduje umocnienie się przekonań. Kilka badań dotyczyło pytania, czy różne czynniki rozpatrywane w ramach teorii opanowywania trwogi będą też aktywizować lub osłabiać lęk przed samotnością. Okazało się, że tak, co szczególnie silnie widać, gdy rozpatruje się związek między koncentracją na wyglądzie i lękiem przed samotnością (Łukaszewski, w opracowaniu).

NA KONIEC

Przedstawiony materiał opisuje niektóre najważniejsze sposoby radzenia sobie z egzystencjalnymi niepokojami. Sposoby te rozciągają się od prostych sztuczek (regulacja nastroju) do skomplikowanych procesów poznawczych (konsolidacja światopoglądu). Oznacza to, że zaktywizowany lęk egzystencjalny angażuje różnorodne procesy psychiczne, różnorodne poziomy regulacji psychicznej – zarówno automatyczne, jak i refleksyjne – po to, aby człowiek mógł doznać ukojenia. Nie oznacza to jednak, że opisane w tekście aktywności i procesy pojawiają się tylko w konsekwencji przeżywanego lęku egzystencjalnego. Jedna z podstawowych prawd psychologicznych głosi, że (prawie) każdy skutek ma wiele przyczyn, a (prawie) każda przyczyna powoduje wiele skutków. Znajduje ona zastosowanie i w tym przypadku.

LITERATURA

- Becker, E. (1973). *The denial of death*, New York: Simon & Schuster.
- Florian, V., Mikulincer, M., Hirschberger, G. (2002). The anxiety-buffering function of close relationships: Evidence that relationship commitment acts as a terror management mechanism, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(4), 527-542.
- Frijda, N. (1989). Prawa emocji. *Nowiny Psychologiczne*, 2, 24, 4931-4957.

- Frijda, N.H. (1986). *The emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gąsiorowska, A. (2014). *Psychologiczne znaczenie pieniędzy. Dlaczego pieniądze wywołują koncentrację na sobie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Greenberg, J., Arndt, J., Schimel, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (2001). Clarifying the function of mortality salience-induced worldview defense: Renewed suppression or reduced accessibility of death-related thoughts? *Journal of Experimental Social Psychology*, 37(1), 70-76.
- Greenberg, J., Martens, A., Jonas, E., Eisenstadt, D., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (2003). Psychological Defense In Anticipation Of Anxiety: Eliminating The Potential For Anxiety Eliminates The Effect Of Mortality Salience On Worldview Defense. *Psychological Science*, 14(5), 516-521.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1986). The causes and consequences of need od self-esteem: A terror management theory. In R.E. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (pp. 31-57). New York: Springer-Verlag.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., Rosenblatt, A., Veeder, M., Kirkland, S., et al. (1990). Evidence for terror management theory II: The effects mortality salience on reactions to those who threaten or bolster the cultural worldview. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 308 - 313.
- Harmon-Jones, E., Simon, L., Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., & McGregor, H. (1997). Terror management theory and self-esteem: Evidence that increased self-esteem reduced mortality salience effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(1), 24-36.
- Hirschberger, G., Florian, V. i in. (2002). The anxiety buffering function of close relationships: mortality salience effects on the readiness to compromise mate selection standards. *European Journal of Social Psychology*, 32, 609-625.
- Keltner, D., Gruenfeld, D., Galinsky, A., & Kraus, M.W. (2010). Paradoxes of power: Dynamics of the acquisition, experience, and social regulation of social power. In A. Guinote & T. K. Vescio (Eds.), *The social psychology of power*. (pp. 177-208). New York, NY, US: Guilford Press.
- Łaguna, M., Lachowicz-Tabaczek, K., Dzwonkowska, I. (2007). Skala samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja metody. *Psychologia Społeczna*, 2(4), 164-176.
- Łukaszewski, W. (2011). *Udręka życia. Jak ludzie radzą sobie z lękiem przed śmiercią*. Sopot: Smak Słowa.
- Łukaszewski, W., Boguszewska, J. (2008). Strategie obrony przed lękiem egzystencjalnym. *Nauka*, 4, 23-34.
- Łukaszewski, W., Boguszewska, J. (2012). Uroda przeciw śmierci: doświadczenie wyrazistości śmierci a koncentracja na własnym wyglądzie. *Psychologia Społeczna*, 4, 322-334.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S., Arndt, J., & Schimel, J. (2004). Why Do People Need Self-Esteem? A Theoretical and Empirical Review. *Psychological Bulletin*, 130(3), 435-468.
- Reykowski, J. (1995). Kolektywny system znaczeń. W: W. Łukaszewski (red.), *W kregu teorii czynności* (53-68). Warszawa: Instytut Psychologii PAN.
- Rosenblatt, A., Greenberg, J., Solomon, S., Pyszczynski, T., & Lyon, D. (1989). Evidence for terror management theory I: The effects of mortality salience on reaction to those who violate or uphold cultural values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 681 - 690.
- Rosenbloom, T. (2003). Sensation seeking and risk taking in mortality salience. *Personality and Individual Differences*, 35(8), 1809-1819.
- Schachter, S. (1959). *The psychology of affiliation*. Palo Alto, Stanford University Press.
- Schimel, J., Simon, L., Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., Waxmonsky, J., et al. (1999). Stereotypes and Terror Management: Evidence That Mortality Salience Enhances Stereotypic Thinking and Preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(5), 905-925.

- Taubman-Ben-Ari, O. (2004). Intimacy and risk sexual behaviour: What does it have to do with death? *Death Studies*, 28(9), 865-887.
- Taubman-Ben-Ari, O., Findler, L. (2003). Reckless driving and gender: An examination of a terror management theory explanation. *Death Studies*, 27(7), 603-618.
- Taubman-Ben-Ari, O., Florian, V., & Mikulincer, M. (1999). The Impact of Mortality Salience on Reckless Driving: A Test of Terror Management Mechanisms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 35-4531-4557.
- Yalom, I. (2008). *Psychoterapia egzystencjalna*. Warszawa: Instytut Psychologii Zdrowia PTP.

ZASKAKUJĄCE KONSEKWENCJE DOŚWIADCZANIA LĘKÓW EGZYSTENCJALNYCH

STRESZCZENIE: Artykuł przedstawia w syntetycznej formie najważniejsze ustalenia dotyczące sposobów radzenia sobie z lękami egzystencjalnymi, szczególnie z lękiem przed śmiercią. Przedstawiono kilka tak zwanych buforów zabezpieczających przed lękiem: kolektywny system znaczeń, samoocenę, bliskie związki z ludźmi, regulacje nastroju, sprawowanie władzy oraz koncentrację na własnym wyglądzie. W końcowej części artykułu przedstawiono uwagi na temat lęku przed utratą wolności i lęku przed samotnością.

SŁOWA KLUCZOWE: lęk egzystencjalny, światopogląd, samoocena.

UNEXPECTED CONSEQUENCES OF EXISTENTIAL ANXIETY

SUMMARY: The current article systematically presents major findings on how people deal with existential anxiety, especially, how they overcome the fear of dying. We present psychological buffers that help people to conquer their existential concerns, that is the cultural worldview, self-esteem, close relationships with other people, mood regulation, use of power, and focus on body appearance. We also discuss finding on fear of freedom losing and fear of loneliness.

KEYWORDS: existential anxiety, cultural worldview, self-esteem.

ИННОКЕНТИЙ А. КОРНИЕНКО (INOKENTIY A. KORNIYENKO)

Мукачевский государственный университет г. Мукачево, Украина

СОВЛАДАЮЩЕЕ ПОВЕДЕНИЕ В СРЕДНЕЙ И ПОЗДНЕЙ ВЗРОСЛОСТИ

Интерес к пожилым людям и тем, кто только приближается к старости в современной психологии постоянно растёт. Увеличение продолжительности жизни привело к значительному росту доли пожилых людей в демографической структуре планеты. Высокое качество жизни, профилактика и хороший медицинский уход приводят к тому, что многие представители поздней зрелости продолжают профессионально- и социально-активную жизнь, не смотря на постоянный физиологический регресс. Другие сталкиваются с множеством вызовов современного мира, таких как интенсивный научно-технический прогресс, быстрое изменение социального и культурного пространства. Помощь данной категории заключается в обучении позитивного принятия личного жизненного пространства, предоставлении инструментов для управления им. Мы подчеркиваем, что существует множество способов, которые пожилые могут использовать чтобы успешно совладать.

В связи с этим изучение особенностей совладающего поведения в средней и поздней зрелости является актуальным заданием современной психологии. Целью данного исследования является выяснение особенностей выбора стратегий копинг-поведения в среднем и позднем зрелом возрасте, то есть поиск ответа на вопрос какие стратегии совладающего поведения респонденты демонстрируют в сложных, стрессовых жизненных ситуациях в возрастном диапазоне от 40 до 60 лет. В данном исследовании приняли участие 220 респондентов, среди которых 130 – среднего зрелого возраста (от 40 до 50 лет), 74 – женского пола, 56 – мужского и 90 – позднего зрелого возраста (от 50 до 60 лет) по 45 человек женского и мужского пола.

Теоретико-методологическим основанием данного исследования выступили:

1. Концепция соответствия когнитивной оценки и совладания (Conway, Terry, 1994). Концепция подчеркивает важность соответствия между индивидуальными паттернами совладания и специфической ситуации. Один из ключевых аспектов концепции заключается в следующем: проблемно-ориентированное совладание более адаптивно в контролируемых ситуациях, а эмоционально-ориентированное полезно в менее контролируемых ситуациях.
2. Модель «Цели и совладание со стрессом» (Folkman, Stein, 1997). Авторы сосредоточены на условиях, при которых различные формы совладания приводят к адаптивным или дезадаптивным последствиям.
3. Модель опережающего совладания (Aspinwall, Taylor, 1997). Авторы предлагают изучение совладания не в прошлом или настоящем, а в направлении предупреждения влияния событий в будущем, а именно тех событий, которые являются потенциальными стрессорами. Авторы вводят понятие проактивного, предвосхищающего совладания.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Для проведения исследования были подобраны и использованы методики, которые позволяют наиболее эффективно исследовать стратегии совладающего поведения, а именно:

- The Coping Strategy Indicator (CSI) (Amirkhan, 1990). Русскоязычная адаптация: «Индикатор копинг-стратегий» (ИКС), Н.А. Сироты, В.М. Ялтонского. (Сирота, Ялтонский, 1994).
- The Ways of Coping Questionnaire (WCQ) (Folkman, Lazarus, 1988). Русскоязычная адаптация: «Способы совладающего поведения» (ССП), Т.Л. Крюковой, Е.В. Куфтяк, М.С. Замышляевой. (Крюкова, Куфтяк, 2007).
- Strategic approach to coping scale (SACS) (Hobfoll, Dunahoo, Monnier, 1993). Русскоязычная адаптация: «Стратегии преодоления стрессовых ситуаций» (СПСС), Н.Е. Водопьяновой, Е.С. Старченковой. (Водопьянова, Старченкова, 2001).
- The Proactive Coping Inventory (PCI) (Greenglass, 1998). Русскоязычная адаптация: «Проактивное совладающее поведение» (ПСП), Е.С. Старченковой. (Старченкова, 2012).
- Stressverarbeitungsfragebogen (SVF 120) (Erdmann, Janke, 2008). Русскоязычная адаптация: «Преодоление трудных жизненных ситуаций» (ПТЖС), Н.Е. Водопьяновой. (Водопьянова, 2009).

- Методика «Дифференциальная диагностика состояний сниженной работоспособности» (ДОРС), А.Б. Леоновой, С.Б. Величковской. (Леонова, Величковская, 2002).
- Методика «Опросник потери и приобретения персональных ресурсов» (ОППР), Н. Водопьянова, М. Штейн. (Водопьянова, 2009).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Интерпретацию полученных данных начнем с методики «Индикатор копинг-стратегий» Д. Амирхана, разработанную на основе факторного анализа различных копинг-ответов на стресс. Мы считаем данную методику одним из основных инструментов исследования базисных стратегий поведения человека. Основная идея заключается в том, что все поведенческие стратегии, которые формируются у человека в процессе жизни, делятся на три большие группы: решение проблем, поиск социальной поддержки и избегание. Целью применения данной методики было изучение доминирующих поведенческих стратегий преодоления стресса в среднем и зрелом взрослом возрасте.

Анализируя результаты было выяснено, что для исследуемых групп наиболее свойственными стратегиями преодоления стресса являются: стратегия «решения проблем» и «поиск социальной поддержки». (Таблица 1).

Таблица 1. ИКС: описательные статистики и наличие статистически достоверных различий

Шкалы	Средняя взрослость N=130		p<0,05*	Поздняя взрослость N=90	
	Среднее	Стандарт. отклонение		Среднее	Стандарт. отклонение
Стратегия разрешения проблем	6,27	2,55	–	6,77	2,59
Поиск социальной поддержки	3,47	1,54	X	4,72	1,08
Избегание проблем	2,83	1,14	X	4,08	1,32

* X – наличие статистически достоверного различия

Источник: исследования автора

Зафиксировано преобладание уровня выраженности по всем шкалам методики у представителей старшей возрастной категории. Однако это требовало проверки с помощью статистического анализа: был применен непараметрический критерий сравнения выборок U-Манна Уитни (Таблица 2), который зафик-

сировал наличие статистически достоверного различия между представителями средней и поздней взрослости по двум шкалам, а именно: «Поиск социальной поддержки» и «Избегание проблем».

Статистически достоверное увеличение выраженности стратегии «Избегание» и «Поиск социальной поддержки» свидетельствует о том, что личность в поздней взрослости демонстрирует снижение конструктивности совладания. Однако, возможно предположить, что такие изменения имеют компенсаторный адаптационной механизм и обеспечивают лучшее соответствие новым условиям жизненного пространства личности после пятидесяти.

Таблица 2. ИКС: различия согласно критерия U – Манна Уитни в средней и поздней взрослости

Шкала	U – Манна Уитни	W – Вилкоксон	Z	p
Поиск социальной поддержки	1639,500	4124,500	-2,165	0,030
Избегание проблем	1436,500	3921,500	-3,134	0,002

Источник: исследования автора

При исследовании людей пожилого возраста после проведенных хирургических операций S. Cohen и R. Lazarus обнаружили, что пациенты, которые широко использовали избегание или отрицание жаловались на меньшее количество осложнений, выздоровели и были отправлены домой раньше, чем те, кто совладал более рациональными способами. Тем более, что те, которые избегали или отрицали волнение относительно исхода операции считались хирургами и медицинскими сестрами гораздо более «легкими», сильными и контактными пациентами, чем те, кто были более бдительными. В результате первые были в лучшей форме, чем так называемые «конструктивные» пациенты и скорее были готовы к выписке из больницы (Cohen, Lazarus, 1973). Избегание и отрицание полезны тогда, когда уже ничего не может быть сделано для улучшения своего положения или состояния, когда бездействие личности в ситуации уже не может причинить вред. С другой стороны, когда какое-либо действие необходимо для сохранения собственной жизни, а в результате избегания, это действие не будет выполнено – избегание и отрицание однозначно вредны и не конструктивны.

Для того, чтобы определить, какие именно способы совладания со стрессовой ситуацией используют исследуемые в среднем и позднем взрослом возрасте нами была использована методика «Способы совладающего поведения».

Таблица 3. ССП: средние значения и наличие статистически достоверных различий

Шкала	Средняя взрослость N=130	p<0,05*	Поздняя взрослость N=90
Конфронтация	9,05	–	8,45
Дистанцирование	9,6	–	9,75
Самоконтроль	13,19	X	11,83
Поиск социальной поддержки	9,89	–	9,53
Принятие ответственности	8,16	–	7,55
Бегство-избегание	10,94	–	10,50
Планирование решения проблемы	12,41	X	10,73
Положительная переоценка	14,12	X	12,85

* X – наличие статистически достоверного различия

Источник: исследования автора

Анализируя результаты, можно отметить, что как в среднем взрослом, так и в позднем возрасте исследуемые используют схожие способы совладания. Для определения статистически достоверных различий так же был использован критерий Манна-Уитни (таблица 4) в результате удалось установить статистически достоверное отличие по трем шкалам.

Таблица 4. ССП: различия согласно критерия U – Манна Уитни в средней и поздней взрослости

Шкала	U – Манна Уитни	W – Вилкоксон	Z	p
Самоконтроль	1676,000	3506,000	-1,992	0,046
Планирование решения проблемы	1420,000	3250,000	-3,196	0,001
Положительная переоценка	1640,500	3470,500	-2,037	0,042

Источник: исследования автора

Данные результаты также свидетельствуют о снижении конструктивности стратегий совладающего поведения в поздней взрослости:

- снижение самоконтроля, способности контролировать собственные эмоциональные реакции в связи с неготовностью принимать физиологические изменения организма и перестраивать структуру социального взаимодействия и социальной ситуации;

- снижение стратегии планирования решения проблем в результате перехода к несколько более пассивной, рефлексивной жизненной стратегии;
- снижение положительной переоценки, увеличение пессимизма, осознание старости, которая приближается, самосознание пройденного жизненного пути и событий, которые не вернуть.

Оценка поведенческих стратегий копинга была осуществлена с помощью методики «Стратегии преодоления стрессовых ситуаций».

В результате анализа полученных данных мы можем констатировать, что наиболее выраженной стратегией преодоления стрессовых ситуаций является просоциальная стратегия, которая характеризуется такими моделями действия: «поиск социальной поддержки» и «поиск социального контакта». Значения даны в таблице 5. Статистически достоверные различия зафиксированы по двум шкалам. (Таблица 6).

Таблица 5. СПСС: средние значения и наличие статистически достоверных различий

№	Стратегии совладания	Модель действия	Средняя взрослость N=130	p<0,05*	Поздняя взрослость N=90
1	Активная	Ассертивные действия	19,99	X	18,47
2	Просоциальная	Вступление в социальный контакт	21,74	–	21,83
3	Просоциальная	Поиск социальной поддержки	21,86	–	21,95
4	Пассивная	Осторожные действия	21,71	–	20,83
5	Прямая	Импульсивные действия	18,8	–	18,98
6	Пассивная	Избегание	17,64	–	18,33
7	Непрямая	Манипулятивные действия	20,31	X	18,47
8	Асоциальная	Асоциальные действия	18,27	–	16,45
9	Асоциальная	Агрессивные действия	19,71	–	19,53

* X – наличие статистически достоверного различия

Источник: исследования автора

Таблица 6. СПСС: различия согласно критерия U – Манна Уитни в средней и поздней взрослости

Шкала	U – Манна Уитни	W – Вилкоксон	Z	p
Ассертивные действия	1640,000	3470,000	-2,161	0,031
Манипулятивные действия	1645,500	3475,500	-2,127	0,033

Источник: исследования автора

Результаты в очередной раз подтверждают данные прошлых методик, описанных выше. Исследуемые более позднего возраста меньше используют стратегии «ассертивные действия» и «манипулятивные» действия по сравнению с представителями среднего взрослого возраста. Снижение стратегии «манипулятивные действия» может объясняться уменьшением количества жизненных ситуаций, где манипулятивные действия могут быть адекватным вариантом решения проблем.

Для того, чтобы определить какими видами проактивного совладающего поведения пользуются наши респонденты, нами была применена методика «Проактивное совладающее поведение». Согласно полученным данным, значимое различие между двумя группами наблюдается только по шкале «проактивное совладание» ($X_{сер1} = 39,7$, $\sigma = 5,67$), ($X_{сер2} = 35,78$, $\sigma = 4,31$) что свидетельствует о снижении и подавлении процессов целеполагания в позднем взрослом возрасте, а также процесса саморегуляции по достижению этих целей, включая когнитивную и поведенческую составляющие. Суть проактивного совладания заключается в усилиях по формированию общих ресурсов, которые способствуют достижению важных целей и способствуют личностному росту. Статистически достоверное снижение свидетельствует скорее о смещении репертуара стратегий совладания в более зрелом возрасте в соответствии с новой социальной и жизненного пространства, а не о деградации способности к совладанию вообще.

Для диагностики типичных способов преодоления стрессовых ситуаций мы использовали методику «Преодоление трудных жизненных ситуаций». Статистически значимые различия по критерию Манна-Уитни зафиксировано только по одной шкале – «Социальная замкнутость», значение выше у более старших. Это может свидетельствовать о тенденции закрыть собственную малую группу, неготовности принимать новых людей, высокую привязанность к семье.

Итак, можем сделать вывод, что люди во взрослом возрасте анализируют ситуацию, планируют и выполняют действия, тем самым, приписывая себе компетентность и способность контроля собственного жизненного пространства.

Для того, чтобы определить дифференцированную оценку состояний сниженной работоспособности нами была использована методика «Дифференциальная диагностика состояния пониженной работоспособности». По всем шкалам методики статистически достоверных отличий не обнаружено. Нами не было зафиксировано статистически значимых признаков снижения трудоспособности в позднем зрелом возрасте, что свидетельствует о возможности продуктивного продолжения профессиональной деятельности. Тем не менее обратим внимание на зафиксированное нами состояние пониженного сознательного контроля за выполнением деятельности у обеих экспериментальных групп, которое часто

возникает в ситуациях однообразной работы. Происходит неприятие слишком простой и субъективно неинтересной деятельности, которая проявляется в выраженном стремлении прекратить работу. Благодаря такой деятельности возникает истощение, развивающееся вследствие длительного и интенсивного воздействия рабочих нагрузок с доминирующей мотивацией на завершение работы и отдых.

Методика «Потери и приобретения персональных ресурсов» (ОППР) направлена на определение оценки временного и динамического взаимодействия потерь и достижений личностных ресурсов.

Анализируя результаты можно отметить, что шкала «приобретение ресурсов» доминирует в среднем взрослом возрасте ($X_{сер1} = 98,27$, $\sigma = 21,80$), и в зрелом ($X_{сер2} = 92,60$, $\sigma = 16,01$). Зафиксированы низкие показатели по шкале «потеря ресурсов» у обеих групп исследуемых ($X_{сер1} = 79,26$, $\sigma = 29,42$, $X_{сер2} = 79,18$, $\sigma = 24,31$).

У респондентов обеих групп достаточно сбалансированы жизненные потери и достижения, как и также адаптационный потенциал. «Приобретение» ресурсов значимо ниже у представителей поздней взрослости, ведь источников ресурсности несмотря на высокую работоспособность становится все меньше.

Кроме хронических и рецидивирующих проблем жизни, потери и угрозы потери являются основными источниками стресса в жизни людей позднего взрослого и пожилого возраста. И когда главная потеря спутника жизни кажется неизбежной, это становится трудным испытанием для человека и других близких к нему или к ней. Но важен не столько уровень самого стресса, а то, как личность справляется с ним. Эффективное преодоление трудностей позволяет людям поддерживать уровень стресса умеренным и жить со стрессом без существенных психических и физиологических проблем.

Люди пожилого возраста сталкиваются с многими другими потерями, где особо выделяются потери физиологического плана. Потеря памяти ощущается как психологическая проблема, хотя имеет свои корни в физиологических изменениях в головном мозге. Но если физиологическая деградация мозга не может быть остановлена (по крайней мере пока), то психологическая проблема может быть ослаблена многими видами работающих методов.

В дополнение к стрессорам повседневной жизни, потеря оперативной памяти часто беспокоит людей пожилого возраста, так как они опасаются, что это может быть ранним этапом гораздо более глубокой потери, а именно такой деменции, как болезнь Альцгеймера.

Значение критерия Манна-Уитни по трем последним методикам представлены в таблице 7.

Таблица 7. Значение критерия U – Манна Уитни в средней и поздней взрослости – остальные методики

Шкала	U – Манна Уитни	W – Вилкоксон	Z	p
Социальная замкнутость (ПТЖС)	1659,500	4144,500	-2,070	0,038
Проактивное совладание (ПСП)	1282,500	3112,500	-3,824	0,000
Приобретение (ОППР)	1520,000	3350,000	-2,710	0,007

Источник: исследования автора

Ученые (Whooley, Browner, 1999) также исследовали возможную связь между депрессией и смертностью у пожилых людей. Они задавались вопросом о том, что, существует ли шанс жены покойного мужа умереть преждевременно после его смерти и наоборот. Проблемой поиска ответа на данный вопрос является то, что оба супруга сходные по возрасту и имеют общие долгую и аналогичную историю жизни.

В культуре бытует мнение, что депрессия по поводу потери близкого является причинным фактором преждевременной смерти. Оно было проверено в работе ученого (Schulz, 2000), где представлено исследование более пяти тысяч человек в возрасте шестидесяти пяти лет и старше. Было обнаружено, что те, кто демонстрировал высокий уровень депрессии имел на 25 процентов больше шансов умереть в течение шести лет после смерти одного из супругов, чем респонденты с низким уровнем.

ВЫВОДЫ

Итак, подводя итоги исследования, можно констатировать следующее:

- у современных зрелых личностей обеих исследованных возрастных периодов наблюдается состояние повышенной мобилизации психических и энергетических ресурсов, с доминированием мотивации на преодоление трудностей, что способствует снижению силы, длительности и тяжести сложных жизненных ситуаций;
- диагностирован высокий уровень конструктивности совладающего поведения обеих возрастных групп респондентов, которые приняли участие в исследовании;
- выявлены достоверные различия по ряду шкал между респондентами среднего и позднего взрослого возраста, которые не позволяют нам сделать заклю-

- чение о уменьшении конструктивности репертуара совладающего поведения в позднем зрелом возрасте;
- проблема возрастного спада конструктивности репертуара совладающего поведение требует дальнейших лонгитюдных исследований, которые помогут избежать возможного эффекта когорты.

ЛИТЕРАТУРА

- Водопьянова, Н.Е. (2009). *Психодиагностика стресса*, СПб.: Питер, 336.
- Водопьянова, Н.Е., Старченкова, Е.С. (2001). *Стратегии и модели преодолевающего поведения, практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности*, СПб.: Речь, 78-83.
- Крюкова, Т.Л., Куфтя, Е.В. (2007). Опросник способов совладания (адаптация методики WCQ). *Журнал практического психолога*, 3, 93-112.
- Леонова, А.Б., Величковская, С.Б. (2002). Дифференциальная диагностика состояний сниженной работоспособности, *Психология психических состояния / Под ред. А.О. Прохорова*. Вып. 2. Казань, 326-343.
- Сирота, Н.А., Ялтонский, В.М. (1994). Копинг-поведение и психопрофилактика психосоциальных расстройств у подростков. *Обозрение психиатрии и медицинской психологии им. В.М. Бехтерева*, 1, 63-74.
- Старченкова, Е.С. (2012). Ресурсы проактивного совладающего поведения. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика*, 1, 51-61.
- Amirkhan, J.H. (1990). A factor analytically derived measure of coping: the coping strategy indicator. *J. Personal. Soc. Psychol.*, 59, 1066-1074.
- Aspinwall, L.G., Taylor, S.E. (1997). A stitch in time: Self-regulation and proactive coping. *Psychological Bulletin*, 121(3), 417-436.
- Cohen, F., Lazarus, R.S. (1973). Active coping processes, coping dispositions, and recovery from surgery. *Psychosomatic Medicine*, 63, 375-398.
- Conway, V.J., Terry, D.J. (1994). Appraised controllability as a moderator of the effectiveness of different coping-strategies: A test of goodness of fit hypothesis. *Australian Journal of Psychology*, 44, 1-7.
- Erdmann, G., Janke, W. (2008). *Stressverarbeitungsfragebogen (SVF). Stress, Stressverarbeitung und ihre Erfassung durch ein mehrdimensionales Testsystem*. Göttingen: Hogrefe.
- Folkman, S., Lazarus, R.S. (1988). *Manual for Ways of Coping Questionnaire*. Palo Alto, CA: Consulting Psychological Press.
- Folkman, S., Stein, N.L. (1997). Adaptive goals processes in stressful events. In: N.L. Stein et al. (Eds.), *Memory for everyday and emotional events*, Hillsdale, NJ: Erlbaum, 113-137.
- Greenglass, E.R. (1998). The Proactive Coping Inventory (PCI). In: R. Schwazer (Eds.), *Advances in health psychology research*. Berlin: Free University of Berlin.
- Hobfoll, S.E., Dunahoo, C.L., Monnier, J. (1993). *Preliminary test manual: The strategic approach to coping scale (SACS)*. Unpublished test manual, Kent State University, Ohio.
- Schulz, R. (2000). *Handbook on dementia caregiving: Evidence-based interventions for family caregivers*. New York: Springer.
- Whooley, M.A., Browner, W.S. (1999). Association between depressive symptoms and mortality in older women. *For the study of Osteoporotic Fractures Research Group. Arch Intern Med. ACP J Club*, 130, 78.

СОВЛАДАЮЩЕЕ ПОВЕДЕНИЕ В СРЕДНЕЙ И ПОЗДНЕЙ ВЗРОСЛОСТИ

АННОТАЦИЯ: В статье обсуждаются результаты сравнительного исследования совладающего поведения респондентов периода средней и поздней зрелости. Для проведения исследования были использованы методики, основанные на разных теоретических концепциях совладающего поведения. Проверен статистический анализ достоверности различий с помощью критерия Манна-Уитни. Определены особенности совладающего поведения каждой возрастной группы, а также доминирующие поведенческие стратегии преодоления стресса в среднем и позднем зрелом возрасте. Проанализированы стрессоры, которые производят наибольшее влияние на личность в периодах средней и поздней зрелости. Ставится гипотеза о том, что именно в среднем зрелом возрасте личность находится на пике конструктивности совладающего поведения. Актуализируется проблема анализа роли старения в изменении совладающего поведения личности при отсутствии болезней, приводящих к физиологическим изменениям.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: совладающее поведение, копинг, стресс, зрелость.

COPING BEHAVIOR IN MIDDLE AND LATE ADULTHOOD

SUMMARY: The results of a comparative study of coping behavior of respondents in the period of middle and late adulthood are reviewed in the article. Different questionnaires based on various theoretical concepts of coping behavior were used. Statistical analysis to determine the significance of differences using the Mann-Whitney test was performed. Peculiarities of coping behavior of each analyzed age group, as well as the dominant behavioral coping strategies in early and late adulthood are determined. Stressors that produce the greatest impact on the personality in the middle and late adulthood are reviewed. The hypothesis that a person in middle age is at the peak of constructive coping repertoire is introduced. The problem of analysis of the role of aging in changing of the coping behavior of the personality with the absence of diseases, leading to physiological changes is updated.

KEYWORDS: coping behavior, coping, stress, adulthood.

ZACHOWANIA ZARADCZE W ŚREDNIEJ I PÓŹNIEJ DOROSŁOŚCI

STRESZCZENIE: W artykule przedstawiono wyniki badań porównawczych zaradczych zachowań respondentów średniej i późnej dorosłości. W badaniach wykorzystano narzędzia oparte o różne koncepcje zachowań zaradczych. Dla ustalenia istotności różnic zastosowano kryterium Manna-Whitneya. Zostały opisane właściwości zachowań zaradczych każdej grupy wiekowej, a także dominujące strategie zwalczania stresu w obu grupach. Analizie poddano stresory o największej sile wpływu na zachowania respondentów średniej i późnej dorosłości. W badaniach została postawiona hipoteza o tym, że w wieku średniej dorosłości jednostka osiąga najwyższy poziom zachowań zaradczych. Zwrócono uwagę na problem starzenia się w aspekcie zmian zachowań zaradczych osób zdrowych, nie dotkniętych chorobami, które mogą prowadzić do zmian fizjologicznych.

SŁOWA KLUCZOWE: zachowania zaradcze, strategie radzenia sobie ze stresem (coping), stres, dorosłość.

DOROTA NIEWIEDZIAŁ
Uniwersytet Zielonogórski

MEDIALNY OBRAZ SEKSUALNEGO KOBIECEGO CIAŁA A DOBROSTAN OBSERWATORA

WPROWADZENIE – PROBLEM

Wszelkie sensowne próby wyjaśnienia podjętej tematyki prowadzą do konkluzji, że aktualnie ważność, atrakcyjność i seksualność ciała ludzkiego to bardzo często poruszane zagadnienia w przestrzeni naukowej i społecznej (Kurczewski i in., 2006). W tym kontekście analiza dotycząca obrazu kobiecego ciała w przestrzeni medialnej oraz możliwość związku pomiędzy nim a dobrostanem obserwatora jest typową problematyką, wpisującą się w nurt wielu rozważań o kondycji ludzkiej, charakterystycznych dla współczesności (por. Courtine (red.), 2014).

W poprzednich epokach dzieła artystów przedstawiających piękno kobiecego wizerunku wzruszały, ekscytowały czy też powodowały inne pozytywne doznania estetyczne odbiorców. Aktualnie taki jednoznaczny wniosek nie jest już możliwy, bowiem w postmodernizmie postrzeganie kobiecego ciała jest konstruowane społecznie i od efektów tego *performance* zależy jego ocena (Szpakowska (red.), 2008).

Projekty ciała spotykane we współczesnej przestrzeni społecznej są silnie zróżnicowane w wyniku proliferacji sposobów jego kształtowania (Buczowski, 2005; Jakubowska, 2009; Shilling, 2010). Stąd też, z powodu tej różnorodności, po pierwsze nie można oceniać wizerunków kobiecych ciał, lansowanych bardzo intensywnie we współczesnej przestrzeni medialnej, jedynie, przez pryzmat tradycyjnie rozumianej kategorii piękna. Po drugie, piękno ciała przyjmuje postać hipotez, czyli twierdzeń, które jak najbardziej mogą być prawdziwe, ale są z zasady zawsze otwarte na rewizję i w każdej chwili mogą zostać odrzucone (Giddens, 2010, s. 13). W związku z tym nie

ma już dziś tak dużej pewności, które z medialnych obrazów kobiecego ciała sprzyjają poczuciu indywidualnego szczęścia, a które dobrostanowi obserwatora.

Aktualnie proces postrzegania kobiecej aparycji, dokonywany przez innych, uwikłany jest w zmiany społeczno-kulturowe, które mają swoją specyfikę i pewną niepowtarzalność w historii rozwoju cywilizacji (por. Courtine (red.), 2014). Analizując najważniejsze cechy tego kontekstu, spotykamy się z klimatem sprzyjającym poznawaniu i ogromnemu naukowemu zainteresowaniu ciałem ludzkim. Ponadto to, czym jest i jakie jest ciało kobiety, wynika z innych charakterystycznych cech aktualnej kultury: konsumpcjonizmu czy poglądów feministycznych.

W perspektywie naukowej, przez cały wiek XX, a obecnie z dużo większą dynamiką w porównaniu z wcześniejszymi latami, mamy do czynienia ze wzrostem liczby badań nad ciałem ludzkim, w tym też kobiecym. Wydaje się, że ten wzrost koncentracji związany jest z tym, że ciało ludzkie jest coraz bardziej istotne dla poczucia tożsamości współczesnego człowieka (Fischer, 1990; Kaschak, 2001; Garfinkel, 2007; Melosik, 2010). Nigdy wcześniej w historii ludzkości ciało nie było poddawane tak wielu procedurom naukowym; w procesie wizualizacji medycznej nie była tak bardzo eksponowana jego intymność i płciowość (por. Bidziński, 2004; Wdowiak, Bojar, 2015), w przeszłości ciała ludzkiego nie traktowano jako konstrukt teoretyczny, wyjaśniający różnice między ludźmi, układy społeczne, grę polityczną (Goffman, 2000). Przykładem (nie jedynym) wzrostu dla naukowego „opracowania” ciała jest pojawiające się od 1995 roku czasopismo „Body & Society”, w którym wskazuje się nawet, że ciało ludzkie powinno służyć, jako zasada organizująca socjologię, a „społeczeństwo somatyczne” jest jedynym z ważniejszych wyznaczników ponowoczesności.

Proces spostrzegania własnego ciała przez jednostkę doprowadza do powstania w jej świadomości subiektywnego obrazu ciała. Aktualny stan wiedzy na jego temat, wskazuje na jego ogromną ważność dla funkcjonowania jednostki, gdyż niejednokrotnie staje się on głównym motywatorem jej zachowań. Udowadniają to doniesienia badaczy z naukowego czasopisma „Body Image. An International Journal of Research”. Cała wiedza zawarta w tym czasopiśmie wskazuje, jaki sens ma własna aparycja dla ludzi: chorych/zdrowych, różnych ras, ludzi o nierównym statusie ekonomiczno-społecznym czy żyjących w odmiennych warunkach kulturowych. Wyniki wielu badań pokazały, jak tak zwany „dobry wygląd” zależy od różnych zmiennych behawioralnych, np. kontroli wagi, procedur modyfikacji ciała i innych zachowań jednostki (Cash, 2003; Petroff i in., 2011).

Wnioski płynące z tych doniesień empirycznych dodatkowo ujawniły mechanizmy, promujące pozytywne ustosunkowanie do własnej aparycji, których konsekwencją jest brak zaburzeń czy chorób (Fardouly i in., 2015). Tak więc indywidualnie konstruowany obraz ciała i jego ocena wnikają z psychologicznego doświadczenia jednostki i kształtują stosunek do niej samej oraz relacje interpersonalne, a także jej jakość życia (Stokes, Recascino, 2008).

Istotne jest, że zarówno na proces konstruowania subiektywnego obrazu własnego ciała, jak i na ocenianie aparycji innych ludzi wpływają fotografie kobiet. Obecnie, poprzez ich ilość (wizualny charakter kultury), a także poprzez lansowanie cech ciała modelek wytwarza się normatywny, społeczny wzór wyglądu (Jakubowska, 2009).

Przez prawie cały XX wiek, ze zwiększającym się nasileniem aż do chwili obecnej, obraz medialnego kobiecego ciała wykorzystywany jest również jako „przedmiot” w kulturze konsumpcyjnej (Baudrillard, 2006). Badania T. Reicherta (2002) wykazały, że w 2001 roku aż 92% reklam dotyczących urody przedstawiało zdjęcia kobiet.

Do równie istotnych wyróżników obecnej kultury zaliczyć można występowanie sprzeczności w pokazywaniu kobiecej aparycji. Z jednej strony obserwuje się bezwstydne wystawianie jej ciała na pokaz w różnych kontekstach. Z drugiej prezentowane jest kobiece ciało ubrane, przeciwstawiające się tak zwanej dominacji męskiej. Dalej, w przestrzeni publicznej spotykamy nagie ciało kobiety, eksplodujące pięknem, intymnością *versus* ciało „zwykłe”, naturalne, a nawet brzydkie i anormalne (Giddens, 2007; Szpakowska (red.), 2008).

Wiele z opracowań przychyła się ponadto do wniosku, że poprzez wszechobecne wizerunki ciał kobiet, osiąga się przynajmniej dwa cele: przyjemność i zysk. Ciało kobiety staje się pożądane i pożądające. Im bardziej jego wygląd zbliża się do standardów kulturowych zdrowia, sprawności i urody, tym większa jest jego wartość wymienna. Z tego też powodu przestrzeń medialna przepelniona jest obecnie treściami dotyczącymi chirurgii plastycznej, a także poradami, jak stworzyć ciało seksowne i piękne. Obrazy młodych, seksownych kobiet wykorzystywane są, na co wskazują cytowane już badania T. Reicherta (2002), niemal przez wszystkie marki do zwiększania ekonomicznego kapitału producentów. Części kobiecego ciała taktowane są jako produkt przynoszący wymierne korzyści (Łaciak, 2006; Shilling, 2010).

Mechanizm uzyskiwania przyjemności płynącej ze spostrzegania kobiecego ciała dość jasno opisuje teoria atrakcyjności jednostki w paradygmacie ewolucyjnym. Jest to stosunkowo nowe stanowisko – obok innych w tym zakresie – w historii psychologii (Etoff, 2000; Pawłowski, 2009; Wojciszke, 2011). Jego kwintesencja zawiera się w twierdzeniu, że piękno jest rodzajem biologicznej adaptacji, w którą wyposażony jest obserwator (Etoff, 2000; Buss, 2001).

W badaniach zainspirowanych ewolucjonizmem określono wiele różnorodnych cech ludzkiego piękna, tak zwanych markerów atrakcyjności. Zgodnie z radykalnym ewolucjonizmem wskazywano, że każda z cech powinna być wrodzona, a więc uniwersalna pod względem historycznym, geograficzno-kulturowym (Cunningham, 1986; Langlois i in., 1991, 1994). Wśród biologicznych „markerów piękna” (i wartości rozrodczej) najważniejsze okazały się symetria i dymorfizm płciowy. Dla ludzi (a także innych gatunków) atrakcyjne fizycznie okazują się osobniki o symetrycznych ciałach oraz takie, u których dobrze rozwinięte są drugo- i trzeciorzędne cechy płciowe (Szmajke, 2004; Pawłowski, 2009).

Wyniki wielu badań w perspektywie teorii ewolucyjnej pokazały, że istnieje uniwersalny wzór „znaczników erotycznej atrakcyjności kobiet” (Szmajke, Sokołowska, 2010; Sorokowski i in., 2011). Wyznaczniki ich fizycznej atrakcyjności, to długie nogi, zaokrąglone biodra, stosunek obwodu talii do obwodu bioder, wyraźne piersi, symetryczne ciało i twarz, waga ciała, młodość. Te właśnie ewolucyjnie przyciągające cechy kobiecego ciała w kulturze współczesnej oddziałują na podświadomość konsumentów, skłaniając ich do zakupów określonych dóbr, zwiększają też zysk reklamodawców.

Codzienna i właściwie nieunikniona w życiu codziennym reklama kobiecego ciała okazała się już w latach siedemdziesiątych punktem wyjścia do krytycznego dyskursu o sens pokazywania go w wyżej wymieniony stereotypowy sposób. Klasyczną tu pozycję stanowi książka E. Goffmana *Gender Advertisements* (1979), do której nawiązuje wiele późniejszych feministycznych publikacji na temat przedstawiania kobiet w reklamach.

Ogólnie feministyczna krytyka kultury i implikowane przez nią zmiany społeczno-obyczajowe przyczyniły się do ewolucji w wielu sferach życia. Jednym z jej przejawów może być pogląd, że pokazanie w obrazach wizualnych pewnego kodu kulturowego w postaci atrakcyjnej młodej kobiety nie odzwierciedla rzeczywistości, ale wskazuje, w jaki sposób o kobiecie się myśli (Kaschak, 2001).

Feministki ostro krytykowały także teorię strukturalno-społeczną, odwołującą się do zróżnicowania roli mężczyzny i kobiety w społeczeństwie. To nie struktura społeczna prowadzi ich zdaniem do odmiennego traktowania i postrzegania kobiet i mężczyzn, a raczej istniejące w kulturze stereotypy na temat płci i kobiecości. Pokazywanie ciała kobiecego w stereotypowych rolach: kobiety zależnej, kobiety atrakcyjnej seksualnie dewaluuje ją i redukuje do roli, która według poglądów feministycznych nie istnieje, czy też nie powinna istnieć we współczesnym, ponowoczesnym społeczeństwie (Eagly, Wood, 1999).

Duża liczba obrazów kobiecego ciała wyjmowanych z „supermarketu kulturowego” i w prawie uniwersalny sposób wykorzystywanych przedmiotowo niewątpliwie wpływa na kondycję jednostki-obszera, nazwaną przez teoretyków zdrowia – dobrostanem (Tulli, 2009). Samo pojęcie oznacza najczęściej wyidealizowany stan pełnego zdrowia. Dobrostan – *well-being*, wywodzący się z definicji zdrowia WHO, to subiektywnie postrzegany przez jednostkę stan pomyślności, uwarunkowany poznawczą i emocjonalną oceną całości jej życia (różnych aspektów) oraz behawioralną możliwością do zmagania się z przeciwnościami i wyzwaniem losu (za: Heszen-Niejodek, Sęk (red.), 1997). Zatem obrazy kobiet w mediach, eksponowane z niespotykanym wcześniej natężeniem, kształtują subiektywną, emocjonalno-poznawczą pomyślność jednostki. Aktualnie potwierdza to ogromna liczba badań w tym zakresie (por. Cash, Henry, 1995; Cusumano, Thompson, 1997; Grabe, Hyde i Ward, 2008). Dzieje się tak między innymi za sprawą technik perswazyjnych, stosowanych w dzisiejszej reklamie i marketingu.

OBRAZ SEKSUALNEGO CIAŁA KOBIETY W REKLAMIE

Obraz seksualnego ciała kobiety, już od początku tworzenia reklam, wykorzystywano do promocji produktów i usług. Według T. Reicherta (2002) od lat sześćdziesiątych wielu z badaczy, korzystających między innymi z doniesień na temat wywierania wpływu na ludzi, próbowało zrozumieć ogólnie rolę seksu w reklamie. Konkretnie, starali się oni określić, jak dokładnie treści seksualne wpływają na proces komunikacji reklamowej.

Na rynku reklamowym stosowanie jawnie lub niejawnie zorientowanych seksualnie reklam wydawało się szczególnie popularne w odniesieniu do produktów, które muszą konkurować o uwagę konsumentów. Szczególnie zaś produkcje filmowe, zwłaszcza reklamowe, wykorzystywały – bardziej niż kiedykolwiek – odwołania do seksualnego ciała kobiety. Prawdopodobnie była to odpowiedź na pewną ilościową przewagę reklam podawanych w mediach innego rodzaju (prasie) (Reichert i in. 2001).

Sama reklama jest pewną formą perswazji, która informuje, przekonuje, wzmacnia, różnicuje i ostatecznie wpływa na zachowania konsumenckie odbiorców tak, aby zachęcić ich do nabycia produktów i usług sponsorowanych przez reklamodawcę (Shimp, 2007).

W latach siedemdziesiątych XX wieku seksualny obraz ciała kobiety w reklamie miał pewną „wartość szokową”. Taka strategia, również współcześnie, wykorzystywana jest w celu przebicia się przez „szum reklamowy” w wielu kampaniach medialnych. Jednak obecnie tak zwana wartość szokowa tej strategii znacznie zmalała, przede wszystkim w wyniku rosnącej permissywności współczesnych społeczeństw (Sengupta, Dahl, 2008). Jak już wspomniano wcześniej w analizie dotyczącej cech kultury konsumpcyjnej, dzisiejsze nastolatki dorastają w „społeczeństwach zanurzonych w seksualne obrazy”. Poza tym dodatkowo obserwuje się zmiany obyczajów w sferze zachowań seksualnych ludzi w kierunku większej ich liberalizacji (Reichert, 2002).

Prowadzone od wielu lat badania w obszarze skuteczności perswazji reklamowej dostarczają interesujących wyników. Wiadomo już, że strategia odwołująca się do seksualności, jest jedną z siedmiu stosowanych z powodzeniem w reklamie. Inne dotyczą strachu, humoru, muzyki, racjonalności, emocjonalności i niedostatku (Peterson, Kerlin, 2006).

Celem wszystkich strategii jest wzbudzenie potrzeby produktu w grupie docelowej (Trehan, Trehan, 2007). Ponieważ, jak pokazano powyżej, obrazy kobiet wywołują pobudzenie emocjonalne, bardzo często wykorzystywane są do reklamowania: słodczy, alkoholu, papierosów, biżuterii, zapachów, kosmetyków i mody (La Tour, Henthorne, 1994).

Według T. Reicherta (2002), do wspólnych cech seksualnej treści reklamowej zaliczyć można: nagość, atrakcyjność fizyczną, sugestywne seksualne zachowanie, interak-

cję i insynuację erotyczną. Pośród zewnętrznych czynników wyróżnia się ustawienie obiektu, kontekst oraz efekty fotograficzne. Najbardziej wpływowym elementem w całej konfiguracji czynników seksualnych w reklamie jest wizualna nagość. Wiadomo już dzisiaj, że treści – obrazy nagiego ciała kobiety – blokują poznawczą percepcję odbiorcy na markę produktu; seksualność w reklamie przyciąga uwagę, ale zwykle na szkodę firmy sponsorującej. Ponadto T. Reichert (2002) wykazał, że jeśli badani doświadczyli ogólnej pozytywnej aktywacji w odpowiedzi na seksualny obraz kobiety, to wykazywali również pozytywne postawy wobec reklamy. W przypadku napięcia (negatywna wartość pobudzenia) negatywnie oceniano reklamę i sam produkt.

Ogólny wniosek z wielu badań dotyczący wpływu nagiego ciała kobiety na zachowania konsumenckie wskazuje, że nie tyle samo ciało kobiety zwiększa siłę perswazji, ile kojarzona z nim i pokazywana jej seksualność (Hoyer, MacInnis, 2001; Reichert, 2002; Grazer, Keesling, 1995). Dotyczy to w szczególności reklam produktów, które bezpośrednio kojarzone są z erotyzmem (np. biustonosze, prezerwatywy) (Richmond, Hartman, 1982). Wnioski z badania D.W. Dahla, J. Sengupta i K.D. Vohs (2009) pokazują natomiast różnicę w preferencji reklam z obrazami seksualności kobiet u obydwu płci respondentów. Mężczyźni zdecydowanie częściej przedstawiali pozytywną postawę wobec reklamy z obrazem seksualnej kobiety niż wobec reklamy z aseksualnym obrazem. Natomiast badane kobiety deklarowały opinię odwrotną. Wyjaśnienia autorów w tej kwestii przywołują teorię socjalizacji zachowań seksualnych, w której chłopcy i dziewczynki podlegają odmiennym wpływom w swoim psychoseksualnym rozwoju. W związku z tym postawy wobec seksu mogą być odmienne u obojga płci. Zdaniem autorów tylko u chłopców, a potem mężczyzn pozytywne postawy wobec seksualności zostają automatycznie przenoszone na seksualne zdjęcia kobiet w reklamach. Autorzy odwołują się też do przedstawionej powyżej myśli ewolucyjnej, sugerując, że tylko mężczyźni są zaprojektowani bardziej na przygodny seks, stąd też występująca u nich pozytywna postawa wobec seksualnych obrazów kobiet. Zdaniem autorów kobiety mają więcej do stracenia (niż zyskania) w krótkim okresie godów, a zatem wykazują negatywną postawę (reakcję unikania) na obrazy z przypadkowym seksem.

W kolejnych badaniach odnotowano ponadto istnienie związku pomiędzy postawą do seksualnej reklamy z udziałem kobiety a jej poglądami wobec seksu. Respondentki z konserwatywnymi postawami wykazywały większą negatywną postawę do seksapilu w reklamie w porównaniu z kobietami o bardziej liberalnych postawach wobec seksu (Blair in., 2006). Wydaje się, że w dużej mierze jest to wynikiem zmian obyczajowych, na które obecne pokolenie młodych kobiet staje się coraz bardziej otwarte.

Owa otwartość występująca we współczesnej kulturze i obyczajowości seksualnej młodych ludzi wynika w dużej mierze z lansowanych w mediach kodów i symboli, wpływających na zachowanie. Na przykład bycie tak zwaną Lolitą stało się synonimem zakazanego pożądania i miłości do dorastającej dziewczynki. Ten kod kulturowy

promowany poprzez obrazy młodych dziewcząt wniknął w kulturę popularną, filmy, teledyski, łącząc w sobie cechy filmów pornograficznych z innymi atrybutami popkultury. Bycie pożądaną i atrakcyjną tak jak idolki ze świata showbiznesu kształtuje w dużej mierze tożsamość dorastających dziewcząt (Aubrey i Harrison 2004; Merskin 2004). Stąd też najprawdopodobniej nie tylko pozytywna postawa wobec seksualnego obrazu kobiecego ciała w reklamie, lecz także występująca u nastolatek duża potrzeba identyfikacji się z takim wizerunkiem. Założenia powyższe wzmocnił D. Merskin (2004), analizując zdjęcia reklamujące współczesną modę, pojawiające się w czasopiśmie drukowanych. Opisał także nurt pokazywania młodych modelek wyglądających na starsze (z poważnym wyrazem twarzy, „postarzającymi” fryzurami i makijażem) oraz trend pokazujący starsze modelki wyglądające jak małe dziewczynki (z dziecięcą odzieżą i gestami). Każdy ze sposobów pokazywania ciała dziewczyny miał wzbudzać zarówno dostępność, jak i fantazję o tym, co jest nieodpowiednie, zakazane, a z drugiej strony możliwe do osiągnięcia i bezpieczne po przekroczeniu moralnej granicy. Jest to porównywalne, jak wskazuje L.J. Lederer (1995), do aktywności seksualnej, wynikającej z wykorzystania techniki pseudodziecka, jako standardowej pozy pornograficznej.

Obok powyższych pojawił się inny trend reklamowy wykorzystujący wizerunek młodej kobiety, jako aktywnej, niezależnej i seksualnie potężnej w przeciwieństwie do wcześniejszego obrazu – obiektu pasywnego i kuszącego męskie spojrzenie. R. Gill (2008), badając współczesne konstrukcje seksualnego obrazu ciała kobiet w reklamie, określiła trzy rozpoznawalne kategorie: młoda, heteroseksualna pragnąca kobieta (*desiring midriff*), mściwa kobieta nastawiona na karanie za grzechy partnera lub byłego partnera i tak zwana gorąca lesbijka (*hot lesbian*) prawie zawsze spleciona ze swoją piękną partnerką.

Pierwsza z propozycji odnosi się również do charakterystyki pokolenia współczesnych nastolatek, w szczególności kategoria *midriff* obrazowała określoną konstelację ich postaw w stosunku do własnego ciała, seksualności i relacji pomiędzy płciami. Ta sloganowa nazwa (*midriff* – w języku polskim „laski”) oznacza młodą dziewczynę, dość naiwną, epatującą własnym ciałem/seksapilem, pokazującą własną niezależność, swoistą wulgarność w kontaktach z chłopakami. Natomiast reklama *midriff* podnosi trzy główne tematy: nacisk na ciało, przejście od uprzedmiotowienia do seksualnego upodmiotowienia, autonomię (w polskich mediach odpowiednikiem stała się np. Jola Rutowicz). „Seksowne ciało” w reklamie przedstawione jest zawsze jako kluczowe źródło kobiecej tożsamości. Nie eksponuje się jej innych atrybutów, kompetencji. Ważna jest natomiast jej niezależność, pewność siebie, asertywność w relacji z płcią męską, dominacja w wyborze partnera seksualnego.

Postać mściwej seksownej kobiety wyznacza nowy standard kodu reklamowego, przenoszący wizerunek niemądrej kobiety na poziom kontrolującej, silnej i zadziornej. Temat zemsty w reklamie powoduje, że w centrum uwagi odbiorców dominuje walka

płci, w której przewagę zyskuje kobieta, karząca swojego partnera w intymne rejony jego ciała.

Trzecia figura stylistyczna w reklamie „gorące lesbijki” to postaci kobiet o bardzo atrakcyjnym wyglądzie: szczupłe z długimi włosami i mocnym makijażem. Taki wizerunek jest zerwaniem z negatywnym wcześniejszym portretem lesbijek, w którym były one męskie i brzydkie. Ten nowy obraz reklamowy tworzy inną jakość tożsamości kobiety, która odrzuca tradycyjne kobiece atrybuty. Sposób, w którym prezentowane są „gorące lesbijki”, wydaje się przeznaczony głównie dla mężczyzn, w celu uzyskania u nich silnego podniecenia. Jak zauważa R. Gill (2008), postać nigdy nie pojawia się sama, ale prawie zawsze przedstawiana jest w sytuacji pocałunków, dotykania lub obejmowania z inną kobietą. Cały obraz reklamowy oferuje spektakl seksualnej intymności między kobietami, mrugającymi porozumiewawczo do siebie i wiedzącymi, jak zdobyć przewagę nad mężczyzną.

Przedstawione typy obrazów kobiet we współczesnej reklamie mają działać głównie na heteroseksualnego mężczyznę i wzbudzać jego zainteresowanie w określonym komercyjnym celu. W tym kontekście nie są zaskakujące wyniki badania przeprowadzonego w Polsce, Czechach, na Słowacji oraz Węgrzech na temat wykorzystywania seksualności w reklamie. Pokazały one, że co szósty (17%) Polak twierdzi, że reklamy z elementami erotycznymi oburzają go na tyle, że powinny być one zakazane. Polacy są mało tolerancyjni wobec reklam zawierających elementy erotyczne bądź pokazujących nagie ciała – w sumie przeszło połowa badanych (52%) deklaruje, że nie lubi tego typu reklam, w tym: 26%, że ich nie lubi, choć im nie przeszkadzają, 17% uważa, że są oburzające i powinny być zakazane, a kolejne 9% nie lubi ich i im przeszkadzają. Dość liczne grono (26%) stanowią także osoby, które deklarują, że lubią takie reklamy, ale tylko wtedy, gdy pasują one do reklamowanego produktu¹.

ZAKOŃCZENIE

W powyższych rozważaniach, w wyniku prowadzonej analizy literatury przedmiotu, przedstawiono treści na temat medialnego seksualnego obrazu kobiecego ciała, dbając w szczególności o uzyskanie obiektywnej wiedzy w tym obszarze. W ogromnej części literatury rozważania na temat wizerunku ciała kobiety w mediach podsuwają tezę o istnieniu tylko niekorzystnego wpływu owego obrazu na spostrzeganie i funkcjonowanie odbiorcy. Rzeczywiście zarówno w XX wieku, jak i obecnie ciało kobiety stano-

¹ <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Seks-w-reklamie-oburza-co-szostego-Polaka,wid,432594,wiadomosc.html> [dostęp: 24.11.2015].

wi konstrukt z jednej strony kreowany i wykorzystywany do różnych celów, głównie konsumenckich, z drugiej zaś w indywidualnym procesie spostrzegania wizerunku seksualnego kobiecego ciała obserwator dokonuje własnej oceny, która jest wynikiem jego aktywnej interpretacji danych zmysłowych z wykorzystaniem kontekstu, nastawienia i wcześniej zdobytej wiedzy. Proces aktywnego tworzenia reprezentacji kobiecego ciała w świadomości współczesnego odbiorcy w dużym stopniu polega na włączeniu dodatkowego elementu, jakim jest obrona przed manipulacją. W związku z tym, niestety, rozmywają się w takiej sytuacji: zachwyty, pozytywne doznania estetyczne, które w jego doświadczeniu miałyby moc pozytywnego ustosunkowania się do kobiet. Wydaje się zatem, że dobrostan obserwatora jest bardziej wynikiem jego postawy wobec treści kultury i wykorzystywanych technik perswazji, aniżeli samego medialnego obrazu kobiecej aparycji. Unikając w tym miejscu pewnych uogólnień, wnioski płynące z raportu Parlamentu Europejskiego z 2003 roku² dotyczące niskiej świadomości odbiorców na temat zdolności do interpretacji i negocjacji znaczeń i kodów reklamowych w przedstawieniach medialnych i reklamowych wydają się niepokojące. Wynika z nich, że proponowane przez media reprezentacje kobiet mogą mieć negatywne skutki w różnych dziedzinach: postawach, seksualności czy zdrowiu psychicznym ludzi. Warto podkreślić, że kierowanie do coraz młodszych odbiorców określonego obrazu płci pięknej może niestety kreować zmistyfikowany model społecznej hierarchii, w którym w przyszłości ciało kobiety niestety stanie się tylko towarem, oraz że prognozy przewidujące zanik różnic społecznych związanych z płcią i uznanie wielowymiarowego obrazu kobiecości nie mają w polskiej rzeczywistości realnych podstaw.

LITERATURA

- Aubrey, J., Harrison, K. (2004). The gender-role content of children's favorite television programs and its links to their gender-related perceptions. *Media Psychology*, 6, 111-146.
- Baudrillard, J. (2006). *Spółczesność konsumpcyjna, jego mity i struktury*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Bidziński, M. (2004). Endoskopia w onkologii ginekologicznej. *Nowa Medycyna*, <http://www.czytelniamedyczna.pl/1408,endoskopia-w-onkologii-ginekologicznej.html> [dostęp: 22.10.2015].
- Blair, J., Stephen, J., Hill, K.I. Green, J. (2006). Ethics in advertising: Sex sells, but should I? *Journal of legal, ethical and regulatory issues*, 9, 2, 109-118.
- Buczowski, A. (2005). *Spółeczne tworzenie ciała. Płeć kulturowa i płeć biologiczna*. Kraków: Universitas.
- Buss, D.M. (2001). *Psychologia ewolucyjna*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

² <http://www.mega.public.lu/fr/publications/references-etudes-externes/2013/women-girls/women-and-girls.pdf> [dostęp: 22.10.2015].

- Cash, T.F. (2003). Body image: past, present, and future. *Body Image: An International Journal of Research*, http://www.ufff.br/labesc/files/2012/03/Body-Image_2004_Body-Image-past-present-and-future.pdf [dostęp: 22.10.2015].
- Cash, T.F., & Henry, P.E. (1995). Women's body images: The results of a national survey in the U.S.A. *Sex Roles*, 33, 19-28.
- Courtine, J.J. (red.). (2014). *Historia ciała. Tom 3: Różne spojrzenia. Wiek XX*. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/Obraz Terytoria.
- Cunningham, M.R. (1986). Measuring the physical in physical attractiveness: quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(5), 925-935.
- Cusumano, D.L., Thompson, J.K. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: exposure, awareness, and internalization. *Sex Roles*, 37, 1, 701-721.
- Dahl, D.W., Sengupta, J., Vohs, K.D. (2009). Sex in advertising: Gender differences and the role of relationship commitment. *Journal of Consumer Research Inc*, 36, 2, 215-231, <http://www.jstor.org/stable/10.1086/597158> [dostęp: 23.11.2015].
- Eagly, A.H., Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior. Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54, 408-423.
- Etcoff, N. (2000). *Przetrwają najpiękniejsi*. Warszawa: Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo WAB.
- Fardouly, J.Ph., Diedrichs, C., Vartanian, L.R., Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image: International Journal of Research*, 38-45, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S174014451400148X> [dostęp: 24.10.2015].
- Fischer, W. (1990). Niedomagania ciała, biografia, cielesność społeczna. W: J. Włodarek, M. Ziółkowski (red.). *Metoda biograficzna w socjologii*. Warszawa: PWN, 353-356.
- Garfinkel, H. (2007). Techniki osiągnięcia statusu płci w przypadku osoby o niejednoznacznych cechach płciowych. Agnes, naturalna, normalna kobieta. W: H. Garfinkel, *Studia z etnometodologii* (150-151). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Giddens, A. (2007). *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Giddens, A. (2010). *Nowoczesność i tożsamość*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gill, R. (2008). Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising. *Feminism & Psychology*, 18, 35-60.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. London: Macmillan.
- Goffman, E. (2000). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Kraków: Wydawnictwo KR.
- Grabe, S., Hyde, J., Ward, M. (2008). The Role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 3, 460-476.
- Grazer, W.F., Keesling, G. (1995). The effect of print advertising's use of sexual themes on brand recall and purchase intention: a product specific investigation of male responses. *Journal of Applied Business Research*, 11, 3, 47-58.
- Heszen-Niejodek, I., Sęk, H. (red.). (1997). *Psychologia zdrowia*. Warszawa: PWN.
- Hoyer, W.D., MacInnis, D.J. (2001). *Consumer Behaviour*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Jakubowska, H. (2009). *Socjologia ciała*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

- Kaschak, E. (2001). *Nowa psychologia kobiety, podejście feministyczne*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Kurczewski, J.M., Łaciak, B., Herman, A., Dzido, D., Suflida, A. (2006). *Praktyki cielesne*. Warszawa: Wydawnictwo TRIO.
- La Tour, M., Henthorne, T. (1994). Ethical judgements of sexual appeals in print advertising. *Journal of advertising*, 23, 3, 87-89.
- Langlois, J.H., Ritter, J.M., Roggman, L.A., Vaughn, L.S. (1991). Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology*, 21(1), 79-84.
- Langlois, J.H., Roggman, L.A., Musselman, L. (1994). What's average and not average about attractive faces? *Psychological Science*, 5, 214-220.
- Lederer, L.J. (1995). The price we pay: The case against racist speech, hate propaganda, and pornography. W: L.J. Lederer, R. Delgado (red.), *The price we pay: The case against racist speech, hate propaganda, and pornography* (131-140). New York: Hill and Wang.
- Łaciak, B. (2006). Obyczaje dotyczące ciała w okresie transformacji. W: J.M. Kurczewski, B. Łaciak, A. Herman, D. Dzido, A. Suflida, *Praktyki cielesne*. Warszawa: Wydawnictwo TRIO.
- Melosik, Z. (2010). *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Merskin, D. (2004). Reviving Lolita? A media literacy examination of sexual portrayals of girls in fashion advertising. *American Behavioral Scientist*, 48, 119-129.
- Pawłowski, B. (2009). Wstęp: Biologia atrakcyjności człowieka jako przedmiot badań naukowych. W: B. Pawłowski (red.), *Biologia atrakcyjności człowieka* (1-10). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Peterson, A.R., Kerlin, A.K. (2006). The female role in advertisements: some experimental evidence. *Journal of Marketing*, 41(4), 59-63, <http://www.jstor.org/stable/1250235> [dostęp: 22.11.2015].
- Petroff, A., Martz, D., Webb, R.M. i Galloway, A. (2011). Predicting ideal BMI: What does clothing size have to do with it? *Body Image: International Journal of Research*, 14-22.
- Reichert, T. (2002). Sex in advertising research: A review of contents, effects, and Functions of sexual information in consumer advertising. *Annual Review of Sex Research*, 13, 1, 241-273, <http://dx.doi.org/10.1080/10532528.2002.10559806> [dostęp: 12.11.2015].
- Reichert, T., Heckler, S.E., Jackson, S. (2001). The effects of sexual social marketing appeals on cognitive processing and persuasion. *Journal of Advertising*, 30, 1, 13-27.
- Richmond, D., Hartman, T.P. (1982). Sex appeal in advertising. *Journal of Advertising Research*, 22, 5, 53-62.
- Sengupta, J., Dahl, D.W. (2008). Gender-related reactions to gratuitous sex appeals in advertising. *Journal of consumer psychology*, 62-78.
- Shilling, Ch. (2010). *Socjologia ciała*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Shimp, T. (2007). *Advertising, Promotion, and Supplemented Aspects of Integrated Marketing Communications*. New York: Thomson South-Western.
- Sorokowski, P., Szmajke, A., Sorokowska A., Borg Cunen M., Fabrykant M., Zarafshani K., (2011). Attractiveness of leg length: report from 27 nations. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 42, 1, 131-139.
- Stokes, R., Recascino, Ch.F. (2008). Women's perceived body image: Relations with personal happiness. *Journal of Women & Aging*, 15, 1, 17-29.
- Szmajke, A. (2004). Proporcja talia-biodra czy ramiona-biodra? Anatomiczne wyznaczniki atrakcyjności męskiej sylwetki w procesie doboru płciowego. *Studia Psychologiczne*, 42, 3, 107-117.

- Szmajke, A., Kołodyńska, M., Guzik, A. (2011). Czy wygląd mężczyzny ma znaczenie? Twarz jako wyznacznik sądów o osobie płci przeciwnej. W: B. Bartosz (red.), *Kobiecość i męskość. Komunikacja, relacje, społeczeństwo* (185-215). Warszawa: Eneteia Wydawnictwo Psychologii i Kultury.
- Szmajke, A., Sokołowska, L. (2010). Ile jest ideałów kobiecego piękna? Obrazowo-spostrzeniowy i liczbowo-wyobrażeniowy wzorzec atrakcyjności kobiecego ciała. W: A. Kolańczyk, B. Wojciszke (red.), *Motywacje umysłu* (65-82). Sopot: Wydawnictwo Smak Słowa.
- Szpakowska, M. (red.) (2008). *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Thomas F., Cash, Th.F., Henry, P.E. (1995). Women's body images: The results of a national survey in the U.S.A. *Sex Roles*, 33, 1, 19-28.
- Trehan, M., Trehan, R. (2007). *Advertising and sales management*. Delhi: VK Publications.
- Tulli, R. (2009). Rozwój koncepcji zdrowia, choroby i leczenia. W: A. Ostrowska (red.), *Socjologia medycyny. Podejmowane problemy, kategorie analizy* (339-367). Warszawa: Wydawnictwo PAN.
- Wdowiak, A., Bojar, I. (2015). Relationship between pregnancy, embryo development, and sperm deoxyribonucleic acid fragmentation dynamics. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 9, bibliogr. poz. 26, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1319562X15001771> [dostęp: 24.11.2015].
- Wojciszke B., (2011). *Psychologia społeczna*, Warszawa, Wyd. Naukowe Scholar.
- Wycisk, J. (2009). Wybrane aspekty sposobu doświadczania ciała u kobiet i mężczyzn. W: B. Ziółkowska, A. Cwojdzńska, M. Chołody (red.). *Ciało w kulturze i nauce* (95-105). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

MEDIALNY OBRAZ SEKSUALNEGO KOBIECEGO CIAŁA A DOBROSTAN OBSERWATORA

STRESZCZENIE: Przegląd literatury najczęściej wskazuje, że prezentowany przez media obraz seksualnego ciała kobiety niekorzystnie wpływa na spostrzeganie i funkcjonowanie odbiorcy. W XX wieku i obecnie obraz ciała kobiety jest kreowany i wykorzystywany do różnych celów, głównie konsumenckich. W indywidualnym procesie spostrzegania kobiecego ciała obserwator dokonuje własnej oceny, która jest wynikiem jego aktywnej interpretacji danych zmysłowych, kontekstu, nastawienia i wcześniej zdobytej wiedzy. Proces aktywnego tworzenia reprezentacji kobiecego ciała w świadomości współczesnego odbiorcy polega na włączeniu dodatkowego elementu, jakim jest obrona przed manipulacją. W artykule zamieszczono rozważania na temat sposobów manipulacji w mediach obrazem seksualnego ciała kobiety i wyniki różnych badań na temat świadomości tego faktu u odbiorców.

SŁOWA KLUCZOWE: medialny obraz kobiecego ciała, techniki perswazji, dobrostan obserwatora.

THE MEDIA IMAGE OF THE SEXUAL FEMALE BODY AND WELL-BEING OF THE OBSERVER

SUMMARY: Review of the literature most often indicates that the image of sexual woman's body presented by the media, affects the perception and functioning of the recipient. In the twentieth century, and now the image of the female body is created and used for various purposes, mainly consumer. In an individual process of perception of the female body the observer makes his own assessment, which is a result of its active interpretation of sensory data, context, attitudes and previously acquired

knowledge. The process of active creation of the female body representation in the awareness of modern recipient is to include an additional element, which is the defense against manipulation. The article contains a reflections on ways to manipulate the sexual image of the female body in the media and the results of various studies about the awareness of this fact among the recipients.

KEYWORDS: the media the image of the female body, persuasion techniques, well-being of the observer.

АНЖЕЛИКА В. ШАМНЕ (ANGELIKA W. SZAMNE)

Шамне Анжелика Владимировна

ОТРОЧЕСТВО КАК ПСИХОСОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И ВОЗРАСТНАЯ ГРУППА В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ И ЖИЗНЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

ВВЕДЕНИЕ

В современной психологии ощущается дефицит внимания к теоретико-методологическому исследованию традиционно актуальной, но мало разработанной (относительно потребности в этом) *категории отрочества* и связанного с ней широкого спектра новых проблем развития молодежи в современном социокультурном и жизненном пространстве.

Период отрочества (возраст тинэйджеров в западной традиции, подростково-юношеский возраст в отечественных теориях) с усложнением культуры постоянно увеличивается и на сегодня занимает почти десятилетие (с 11 до 20 лет). Анализ истории его исследования (Гусельцева, 2008; Кле, 1991; Корепанова, Обухова, 2011; Малкова, 2012; Обухова, 1998, Ромицына, 2004) показывает, что отрочество остается дискуссионным и довольно «аморфным» понятием возрастной психологии. Интерпретация содержания, детерминации и феноменологии этого периода в психологии существенно отличаются в биологическом, психосексуальном, когнитивном, социальном, деятельностном подходах.

Сложность конструкта «отрочество» как феномена, категории и внутренне согласованного этапа развития требует системного и междисциплинарного исследования на онтологическом, генетическом, содержательном, функциональном, феноменологическом, социально-историческом уровнях. Данная статья посвящена последнему из перечисленных аспектов, который приобретает особую

актуальность в условиях быстрых социально-экономических трансформаций, когда социокультурное и жизненное пространство человека меняется на глазах одного поколения. *Целью исследования* является обоснование нового концептуального видения отрочества как культурно-психологического феномена, состояния взросления и субъекта культуры в современном социокультурном и жизненном пространстве.

ОТРОЧЕСТВО КАК КУЛЬТУРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

В современных исследованиях (Гусельцева, 2008; Кле, 1991; Малкова, 2012; Huerge, Ragan-Reymond, Reymond, 1990) переход от детства к взрослости трактуется как проблема современной цивилизации. Основные положения этих исследований следующие: отрочество является скорее культурно-историческим конструктом, чем психобиологическим феноменом; этот период является продуктом социокультурной интерпретации; феноменология отрочества существенно определяется контекстом той культуры, в которой происходит взросление.

Подросток в традиционном и постиндустриальном обществе, в культуре гуманистического или тоталитарного типа демонстрирует разную культурно-психологическую феноменологию (Гусельцева, 2008). В силу этого проблематику отрочества невозможно рассматривать в отрыве от исторической эпохи, в условиях которой личность проживает данный период жизни. Тем не менее, как подчеркивал М. Кле (Кле, 1991), исторический подход в современной психологии подростка фактически отсутствует, что связано с недостаточным вниманием к влиянию исторического процесса на развитие человека.

По мнению психологов, подростково-юношеский возраст является наиболее чувствительным к социокультурным сдвигам и процессам информационно-технологической революции (Кле, 1991; Малкова, 2012; Фельдштейн, 2002). В условиях социокультурных изменений молодежь меняется быстрее, чем научные представления о ней. Это приводит исследователей к осознанию того, что подростки разных эпох – это разные подростки.

Все чаще высказывается мнение, что в условиях институциональных и ценностно-нормативных изменений в культуре формируется *новое поколение* подростков и юношей. Его называют «эхо-поколение» (Howe, Strauss, 1991); «первое интернет-поколение», «глобальные дети», «цифровая нация» (digitalnation), «сетевое поколение» (netgeneration), «медиа-поколение», поколение «next». Обобщение результатов работы фокус-групп с учителями (245 участников) позволило конкретизировать психосоциальные характеристики современных подростков, которые, по мнению учителей, отличают их от кагорты подростков 70-80-х гг. XX ст.: психосоциальная активность, сила «Я», высокая адаптивность

к изменениям, социально-психологическая компетентность, прагматизм, информированность, креативность и т.д. (Szamne, 2015).

ОТРОЧЕСТВО И ТРАНСФОРМАЦИЯ СВЯЗИ ПОКОЛЕНИЙ

Человечество существенно трансформируется как с точки зрения человеческой природы, так и с точки зрения взаимодействия поколений (Карандашев, 2013; Пищик, 2011; Сенько, 2013; Толстых, 2012; Karandashev, 2014). Маргарет Мид показала это на примере динамики постфигуративных, кофигуративных и префигуративных культур. Для первых характерны медленные и постепенные изменения, которые мало заметны во время жизни одного человека и даже одного поколения. Как пишет М. Мид, «прошлое взрослых становится будущим каждого нового поколения» (Мид, 1988, с. 322). Основными регуляторами индивидуальной жизни являются традиции, общественные каноны и ценности.

Для кофигуративных культур характерна ориентация на модель жизни современников. Темпы исторических изменений увеличиваются, социокультурное пространство становится настолько другим, что не только образцы прошлого, но и сравнение с ними становятся бессмысленными. Однако в кофигуративных культурах еще не происходит разрыва поколений и сохраняются механизмы ретрансляции культуры от старших к младшим. Ю.М. Лотман пишет, что кофигуративная культура диктует «субъективную ориентированность на норму (высоко оценивается «правильное поведение», жизнь «по обычаю», «как у людей», «по уставу»)» (Лотман, 1975, с. 26). В кофигуративных культурах и дети, и взрослые учатся у своих сверстников. Именно для этих культур характерно увеличение значимости подростково-юношеских групп, появление особой молодежной культуры и возникновение конфликтов между поколениями.

По мнению Маргарет Мид, конце XX века человечество постепенно входит в эру префигуративных культур, когда исторические изменения настолько стремительны, что опыт родителей перестает быть социокультурной моделью или хотя бы образцом сравнения для детей. Характерным становится разрушение традиционного общества, уменьшение силы обычая или культурной нормы и кардинальная замена внешних общественных, групповых регуляторов жизни человека его внутренним, индивидуальным выбором. Признаком префигуративных культур является то, что взрослые учатся также у своих детей (Мид, 1988). Значение идей Маргарет Мид позволяет осознать связь трансформации межпоколенных взаимодействий с изменением механизмов социализации, а также новую роль и позицию подростков и юношей в современном социокультурном пространстве.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОТРОЧЕСТВА В ТРАНЗИТИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

Социально-исторические изменения в обществе повлияли на систему возрастных, социальных и межличностных отношений на различных уровнях. Происходит трансформация детско-взрослого сообщества, которая имеет различные проявления: утрачиваются прежние формы трансляции культуры от поколения к поколению, изменяются социальные ожидания и требования к ребенку, снижается осведомленность родителей о его жизни, увеличивается доля стихийной социализации в усвоении им знаний, социальных норм и т.д. (Фельдштейн, 2002).

Взрослый мир теряет функцию основного носителя и транслятора ценностей, норм и образцов поведения и уже не может вооружить подрастающее поколение готовой системой специализированных умений и знаний, необходимых для полноценной адаптации к жизни в обществе. Социализация современных подростков происходит на фоне ослабления внешних регуляторов поведения и уменьшения зависимости содержания социального опыта от места, которое занимает человек в обществе. В условиях объективно создаваемой обществом ситуации выбора, плюрализации картин мира, вариативности новых способов понимания права, морали, организации собственной жизни молодежи трудно последовательно интегрировать Я-концепцию. С другой стороны, быстрые социокультурные изменения, обеспечивая многообразие и вариативность путей индивидуализации, стимулируют развитие субъектного и творческого потенциала молодежи, способствуют разворачиванию потенциалов самодетерминации (самоопределения, самореализации), активному поиску идентичности и социальному экспериментированию.

В условиях существенного изменения путей и форм накопления индивидуального опыта современной молодежью появляются веские основания говорить о становлении нового *типа отрочества*, которое интенсивно формируется в XXI веке на наших глазах и в условиях быстрых социальных изменений все более активно *участвует в порождении нового социокультурного и жизненного пространства* человечества.

ВЕКТОРЫ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ ОТРОЧЕСТВА

Необходимо подчеркнуть, что объяснение соотношения двух реальностей – *развития личности и развития культуры* и особенно проблема *порождения*

в процессе развития личности нового социокультурного пространства в пределах имеющегося все еще остается недостаточно исследованной областью психологии (Асмолов, Гусельцева, 2008; Гусельцева, 2008; Петровский, 1996). Современное отрочество является носителем имманентно присущей ему способности быть *источником* не только присвоения, но и *преобразования культуры*. Этот тезис требует последовательного преодоления таких постулатов традиционной для постсоветской психологии парадигмы отрочества:

- трактовка содержания отрочества как *воспроизводства* социокультурного опыта и ориентированность на нормативной образец;
- теоретическая констатация позиции и развития подростка внутри *уже сложившихся* социальных систем;
- понимание отрочества как устойчивой последовательности актов взросления, главной целью которого является «*присвоение*» *взрослости* как идеальной формы;
- интерпретация отрочества как периода *усвоения «готовых»* смыслов деятельности взрослых людей.

Несмотря на теоретическую значимость фундаментальных концепций советской психологии (культурно-исторической теории развития высших психических функций и теории деятельности), они не могут объяснить то, каким образом происходит *развитие* человеческой культуры, если подросток «присваивает» и воспроизводит только ее застывшие идеальные формы, образцы и смыслы. Современные исследователи отмечают, что взгляд на развитие сквозь призму социализации не позволяет проследить самое главное: путь проникновения ребенка вглубь культурной традиции и механизм усвоения им творческого потенциала культуры (Кудрявцев, 1998; Петровский, 1996). Социальность, как специфически человеческое начало, определяется не столько способностью к накоплению человеческого опыта, сколько его *способностью творить и направленно транслировать* инновации собственного опыта другим индивидам (Петровский, 1996).

„Человек «не только находится в культурном окружении, но является носителем и «соавтором» (одним из создателей) культуры, «субъектом культуры»» (Балл, Мединцев, 2010, с. 169). Культура как форма самодетерминации личности, сознания, мышления предусматривает выбор, личное решение и творение нового самобытного мира (Библер, 1991, с. 289-290). Быть относительно автономным и одновременно индивидуально своеобразным *субъектом культуры* – это *качество личности* как индивидуального модуса (качества) культуры, которая по-разному проявляется на разных этапах жизненного пути (Балл, Мединцев, 2010).

ОТРОЧЕСТВО КАК СУБЪЕКТ КУЛЬТУРЫ: ЭСКИЗ НОВОГО ПОНИМАНИЯ

Отрочество как социально-возрастная группа является «носителем» определенного «возрастного архетипа», который способствует реализации этого эмерджентного качества – быть субъектом культуры. Составляющими этого «архетипа» являются: открытость новому, креативность, маргинальность, неадаптивность, неустойчивость, витальность, лиминальность, конфликтность. С культурно-исторической точки зрения эти особенности молодежи являются не только разрушительными относительно социальной системы, а могут выполнять функцию созидания, приумножения культурного потенциала человеческого рода.

Так, понятие лиминальность (Хренов, Соколов, 2001) характеризует отрочество как промежуточное положение человека в социокультурной ситуации. Как «лиминарий» подросток чувствует дискомфорт, склонен к выходу за рамки социальных ролей и социальных статусов, ориентирован на выпадение из социальной иерархии. Близким по смыслу является такое качество как «витальность», которое содержит в своей основе «потенциал разрушения» молодежью тех социальных норм, которые являются действующими на определенном этапе развития общества, и продуцирование молодым поколением новых социальных норм (Ильин, 2009). Присущие этому возрасту пассионарность и избыточная культурно-психическая энергия побуждает подростков и юношей изменять традиционный и устоявшийся распорядок действий в мире. Эволюционный смысл подобных «неадаптивных элементов» заключается в выработке *вариативных путей* культурного развития (Асмолов, Гусельцева, 2008; Гусельцева, 2008; Кудрявцев, 1998).

Маргинальность отрочества тесно связана с проявлениями творческой активности в социокультурном и жизненном пространстве. Многие исследователи интерпретируют маргиналов как носителей творческой активности, считая, что, отстаивая свою индивидуальность, они выступают *фактором эволюции социокультурных систем* (Асмолов, Гусельцева, 2008). Ю.М. Лотман утверждал, что существенно новые веяния в культуре возникают в «лабораториях жизни» – элитных или маргинальных группах. Часто такой «лабораторией жизни» выступает отдельная молодежная субкультура, которая является носителем определенного *запаса способностей и возможностей*, на первый взгляд не нужных обществу здесь и сейчас, но потенциально полезных ему в будущем (Лотман, 1975).

Как «элемент» социальных систем молодежь стремится выйти за пределы существующих форм, «превращает» некоторые функциональные качества, константно заданные социальной системой, например, социальные роли, формы поведения, диспозиции. Посредством разнопланового социокультурного варьирования она «нащупывает», реализует, закрепляет новые функциональные

качества (формы поведения, роли, представления), осуществляя своеобразное движение в пространстве функциональных возможностей человечества. Это «движение» находит воплощение в таких умениях, качествах и способностях современных подростков как:

- осмысленно (осознанно) подходить к организации своего социального окружения и целенаправленно выстраивать желаемые взаимоотношения (в том числе манипуляторным путем);
- проявлять свое «Я» в различных видах коммуникативной инициативы-лидерства, в новых формах взаимодействия со сверстниками и представителями других аут-групп;
- индивидуально и неповторимо утверждать, презентовать свое «Я» в вариативном поле культурных норм и значений, в различных (в том числе виртуальных) самопрезентациях;
- инициировать новые формы самоактуализации в условиях доступного социокультурного и жизненного (в том числе виртуального) пространства;
- чувствовать, переживать и создавать комическое;
- реализовывать индивидуальные и групповые проекты; видеть, находить и ставить проблемы, решать проблемно-творческие задачи в разных видах деятельности;
- создавать поисковые ориентиры в условиях эмпирически гомогенного потока деятельности; рефлексивно выделять потенциальные компоненты собственного опыта и интегрировать его;
- свободно передвигаться во временных, пространственных и культурно-исторических контекстах культуры.

Благодаря этим способностям, молодое поколение непрерывно *генерирует социокультурные вариации*, осуществляет постоянный «поиск», привносит позитивную динамику, что-то новое и конструктивное, например, предлагает отличные от общепринятых нормы, взгляды, установки, ценности, представления и часто в связи с этим сталкивается с социальным непониманием, неприятием и осуждением.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Все вышесказанное позволяет интерпретировать развитие современного отрочества как процесс свободного и творческого *самоопределения в культуре*, в ходе которого молодое поколение актуализирует не только реализованные, но и непроявленные, скрытые возможности творческой деятельности человечества, осуществляет уникальный вклад в историческое развитие того социокультурного

целого (например, этноса, общественно-информационного пространства и т.д.), к которому принадлежит.

В новой социальной ситуации развития «медиа-поколение» воспринимает культуру как открытую систему проблемно-творческих задач. В условиях быстрых социальных изменений молодежь не только усваивает, присваивает и сохраняет традиционные формы человеческой культуры (социальный опыт, формы человеческой ментальности, родовые способности человечества), которые уже исторически сложились, но и специфическим образом принимает участие в *порождении* тех социокультурных форм, которые объективно пребывают в становлении.

Интерпретация отрочества как носителя и «соавтора» культуры требует выхода психолого-педагогической практики за пределы «социального заказа», который фиксируется в требованиях программ и других документах, которые имеют место в обучении и воспитании. Речь идет о необходимости обеспечения процесса *самоопределения подростка* в качестве «человека культуры», который органически «встроен», включен в процесс современной культуры (Кругликов, 1998).

В этом плане важным является проектирование обучения и воспитания отрочества, взятое в его *социокультурном измерении*, когда подросток (юноша) выступает не только как исполнитель институциональных требований разного уровня, но как личность, способная осознать свою самость, самоопределившись по отношению к другим и определить себя, свой личностный выбор в широком социокультурном горизонте.

ЛИТЕРАТУРА

- Асмолов, А.Г., Гусельцева, М.С. (2008). Феноменология неадаптивной активности в культурно-исторической парадигме, *Культурно-историческая психология*, 1, 37-47.
- Балл, Г.А., Мединцев, В.А. (2010). Личность как модус культуры и как интегративное качество лица. *Мир психологии*, 4, 167-178.
- Библер, В.С. (1991). *От наукоучения к логике культуры*. Москва: Политическая литература.
- Гусельцева, М.С. (2008). Отрочество: миф или реальность? Междисциплинарный подход к проблеме. *Психологические исследования: электрон. науч. журнал*, 1.
- Ильин, В.А. (2009). Идентичность и общество: проблема взаимосвязи детской и институциональной витальностей с точки зрения психосоциальной концепции развития. *Социальная политика и социология*, 1, 15-21.
- Карандашев, Ю.Н. (2013). *Эволюционная концепция и периодизация онтогенетического развития*. Карандашев, Бельско-Бяла.
- Кле, М. (1991). *Психология подростка: (Психосексуальное развитие)*. Москва: Педагогика.

- Корепанова, И.А., Обухова, Л.Ф. (2011). Вехи на пути построения психологии подросткового возраста. в: *На пороге взросления*. МГППУ, Москва, 8-11.
- Кругликов, В.А. (1998). *Образ «человекакультуры»*. Москва: Наука.
- Кудрявцев, В.Т. (1998). Культурно-исторический статус детства: эскиз нового понимания. *Психологический журнал*, 19, 3, 17-33.
- Лотман, Ю.М. (1975). Декабрист в повседневной жизни (Бытовое поведение как историко-психологическая категория). В: *Литературное наследие декабристов*. Наука, Ленинград, 25-74.
- Малкова, Е.Е. (2012). Отрочество как клинично-психологический феномен в науке и культуре. *Медицинская психология в России: электрон. науч. журнал*, 6(17).
- Мид, М. (1988). *Культура и мир детства*. Москва: Наука.
- Обухова, Л.Ф. (1998). *Детская психология: теории, факты, проблемы*. Москва: Трикола.
- Петровский, В.А. (1996). *Личность в психологии*. Феникс, Ростов на Дону.
- Пищик, В.И. (2011). Поколения: социально-психологический анализ. *Социальная психология и общество*, 2, 80-88.
- Ромицына, Е.Е. (2004). Краткий очерк истории теорий развития и учения о подростках. В: *Родители глазами подростка* Речь, Санкт-Петербург, 10-48.
- Сенько, Т.В. (2013). *Психология взаимодействия: Часть седьмая: Межпоколенное семейное взаимодействие*. Карандашев, Бельско-Бяла.
- Толстых, Н.Н. (2012). Подростки и их родители: что ценят и чего хотят сегодня? *Психологическая наука и образование*, 4, 70-78.
- Фельдштейн, Д.И. (2002). Феномен Детства и его место в развитии современного общества. *Мир психологии*, 1(29), 9-20.
- Хренов, Н.А., Соколов, К.Б. (2001). *Художественная жизнь императорской России (субкультуры, картины мира, ментальность)* ю Алетейя, Санкт-Петербург.
- Howe, N., Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Perennial, New York.
- Huerre, P., Ragan-Reymond, M., Reymond, J.M. (1990). L'adolescence n'existe pas. Histoire des tribulations d'un artifice. Paris: Editions Universitaires.
- Karandashev, Yu. (2014). *Późne dzieciństwo a jego struktura*. W: T. Senko, B. Lisowska, I. Bugajska-Bigos (red.), *Inkluzja, terapia, wspieranie rozwoju jako problemy współczesnej edukacji: Inclusion, therapy, development support as the problems of modern education*. Nowy Sącz: Wydawnictwo PWSZ w Nowym Sączu, 97-106.
- Szanne, A. (2015). Психосоциальные характеристики нового поколения украинских подростков как субъектов образования. *Nauczyciel i Szkoła*, 2(58), 247-270.

**ОТРОЧЕСТВО КАК ПСИХОСОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И ВОЗРАСТНАЯ ГРУППА
В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ И ЖИЗНЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

АННОТАЦИЯ: Статья посвящена анализу современного отрочества как культурно-исторического конструкта, периода развития, социально-возрастной группы и психосоциального феномена. Рассмотрены новые тенденции психосоциального развития современной молодежи, обусловленные совокупностью социокультурных трансформаций конца XX века. – нач. XXI ст. Особенности социальной ситуации развития современной молодежи проанализированы в контексте идей М. Мид о смене постфигуративных, кофигуративных и префигуративных культур в развитии человечества. Реализованы две линии социально-психологического ана-

лиза: социокультурная феноменология отрочества в онтогенезе (как возрастного периода); его роль в историческом развитии общества и культуры (как социально-возрастной группы). Представлен историко-психологический, культурологический и социально-психологический анализ проблемы взаимообусловленности развития молодежи и культуры. Критически проанализированы ограничения традиционной парадигмы отрочества. Представлена культурно-историческая интерпретация отрочества как субъекта культуры и носителя культуротворческой функции в развитии человечества. Охарактеризована роль молодого поколения в процессе порождения нового в культуре и в актуализации творческих возможностей человечества в контексте способности молодежи быть субъектом не только присвоения, но и преобразования культуры определены перспективные цели современного образования и воспитания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: отрочество, субъект культуры, социокультурное пространство, социальная ситуация развития, цели образования.

ADOLESCENCE AS A PSYCHO-SOCIAL PHENOMENON AND AN AGE-RELATED GROUP IN THE MODERN SOCIO-CULTURAL AND LIVING SPACE

SUMMARY: The article deals with the analysis of the modern adolescence as a cultural and historical construct, a development period, a social and age-related group, as well as a psycho-social phenomenon. New trends of the psycho-social development of the present-day youth associated with a set of socio-cultural transformations of the late XX and the early XXI centuries have been examined. The features of the social conditions of the development of the present-day youth have been analysed in the context of M. Mead's ideas regarding the mutual substitution of post-figurative, co-figurative and pre-figurative cultures during the development of the mankind. Two lines of the socio-psychological analysis have been implemented: the socio-cultural phenomenology of adolescence in its ontogenesis (as an age-related period); the role of adolescence in the historical development of the society and the culture (as a social and age-related group). A history-dependent psychological, cultural and socio-psychological analysis of the interdependence problem regarding the development of youth and culture has been presented. The constraints of the traditional paradigm of adolescence have been critically analysed. A culture-dependent historical interpretation of adolescence as a subject of culture and a medium of culture-creating function during the development of the mankind has been presented. The role of the younger generation in the process of giving rise to something new in the culture and in the actualization of the humanity's creative endeavour has been characterized. In the context of young people's ability to be the subject not only of the acquisition, but also of the transformation of culture, long-term goals of the modern education and upbringing have been defined.

KEYWORDS: adolescence, subject of culture, socio-cultural space, social conditions of the development, education goals.

ADOLESCENCJA JAKO FENOMEN PSYCHOSPOŁECZNY I GRUPA WIEKOWA WE WSPÓŁCZESNEJ PRZESTRZENI SPOŁECZNO-KULTUROWEJ I ŻYCIOWEJ

STRESZCZENIE: Ten artykuł analizuje współczesne chłpięctwo jako konstrukt kulturowo-historyczny w okresie rozwoju grup społecznych i wiekowych oraz jako zjawisko psychospołeczne. Przedstawiono nowe tendencje psychospołecznego rozwoju współczesnej młodzieży z uwzględnieniem szeregu

przemian społecznych i kulturowych końca XX wieku i początku XXI wieku. Charakterystyka sytuacji społecznej dzisiejszej młodzieży jest analizowana w kontekście idei M. Mead o zmianie postfiguratywnych, konfiguracywnych i prefiguratywnych kultur w rozwoju człowieka. Pokazano dwie linie analizy społeczno-psychologicznej: socjokulturową fenomenologię chłopięctwa w ontogenezie (jak okres dorastania) oraz rolę w historycznym rozwoju społeczeństwa i kultury (jako grupy społecznej). Przeprowadzono historyczno-psychologiczną, kulturową i społeczno-psychologiczną analizę współzależności problemów młodzieży i kultury. Przedstawiono interpretację chłopięctwa kulturowo-historycznego jako subiekta kultury i nosiciela kulturowo-twórczej funkcji w rozwoju ludzkości. Scharakteryzowano rolę młodych ludzi w procesie generowania nowego nurtu kultury i aktualizacji twórczych możliwości człowieka w kontekście bycia nie tylko subiektem przyswojenia, lecz także przekształcania kultury określonych długoterminowych celów nowoczesnego wykształcenia i wychowania.

SŁOWA KLUCZOWE: chłopięctwo, subiekt kultury, przestrzeń społeczno-kulturowa, społeczna sytuacja rozwoju, cele wykształcenia.

ІГОР Д. ПАСІЧНИК (IHOR D. PASICHNYK)

The National University of Ostroh Academy

РУСЛАНА В. КАЛАМАЗ (RUSLANA W. KALAMAZH)

The National University of Ostroh Academy

МАРІЯ М. АВГУСТЮК (MARIA M. AVGUSTIUK)

The National University of Ostroh Academy

THE ILLUSION OF KNOWING FROM PERSPECTIVE OF METACOGNITIVE MONITORING ACCURACY OF EDUCATIONAL ACTIVITY OF UNIVERSITY STUDENTS

INTRODUCTION

Metacognitive monitoring takes one of the main places among metacognitive processes in the educational activity. Being regulatory aspect of metacognition, it is essential for the effectiveness of educational activities, because it allows the subjects to track the processes and the results of any cognitive problem and thus to assess and adjust their own knowledge. Some factors of metacognitive monitoring reliability are studied by such scholars as A. Koriat (1993), R.H. Maki and S.L. Berry (1984), T.O. Nelson and L. Narens (1990), J. Metcalfe (1998), B.D. Pulford (1996), Ye.Yu. Savin and A.Ye. Fomin (2013), and others.

The concept of the illusion of knowing is used to refer to differences between the individual subjective perceptions of the correctness of understanding or remembering information and actual progress of cognitive goals. We consider the illusion of knowing as metacognitive monitoring error resulting from overconfidence in subjective knowledge that does not meet the objective success of a task as well as the illusion of not knowing which is subjective underconfidence. Key features of the peculiarities of

the illusion of knowing as a metacognitive phenomenon are analyzed in researches such as A.M. Glenberg, A.C. Wilkinson, and W. Epstein (1982), D.K. Eakin (2005), A. Koriat (1998), and others. The study of the functioning of the illusion of knowing in metacognitive monitoring and its influence on the effectiveness of educational activity is studied by A.M. Glenberg, A.C. Wilkinson, and W. Epstein (1982), A. Koriat (1993, 1998), D.K. Eakin (2005), J. Metcalfe (1998), and others.

As the problem of knowledge assessment is a common phenomenon in the modern educational system, the illusion of knowing acts as a conceptual problem in the educational process. Common adverse effects of the illusion of knowing in the studying process of the university students are their inadequate self-assessments of learning outcomes; metacognitive incompetence on the level of their knowledge, skills, strategies, etc.; failures to assess the level of actual understanding of educational material; inability to distinguish between illusory and adequate knowledge; inefficient allocation of time and attention on the study material; inadequate efforts made while studying, etc.

Taking into account a large number of metacognitive monitoring studies, the question of the connection of metacognitive monitoring objectivity and the productivity of educational activity of university students is not fully clarified, and there is also a need to investigate age and gender peculiarities of the illusion of knowing. Also, despite the identification of many factors that lead to the occurrence of the illusion of knowing in metacognitive monitoring of students' educational activities, their comprehensive experimental study was not carried out.

That's why we set a goal to clarify the illusion of knowing in the educational activity. To do this we need to describe the analysis results of the illusion of knowing study in terms of reliability of metacognitive monitoring accuracy factors in university educational activity. These factors are personal (educational motivation, self-confidence, reflexivity, etc.), cognitive (self-efficacy, implicit theories of personality, etc.) and metacognitive (metacognitive knowledge, metacognitive activity, and metacognitive awareness) characteristics, individual psychological differences (gender differences and age peculiarities) (Avgustiuk, 2015). Moreover, we aim to find out all the possible correlations between specified psychological characteristics, analyse their impact on the occurrence of the illusion of knowing.

METHODOLOGY OF RESEARCH

In general, the study was conducted in two stages: diagnostic stage and stage of the laboratory experiment. At the diagnostic stage 262 students of different departments and specialties of the National University of Ostroh Academy (Ukraine) (192 female and 70 male students, age – 17-22, voluntary participation) were asked to answer a question-

naire aimed at ascertaining psychological characteristics of students which according to the results of theoretical analysis are related to the reliability of metacognitive monitoring. These are personal (educational motivation, self-confidence, reflexivity), cognitive (representation of the 'fixed' or 'changeable' intellect, self-efficacy) and metacognitive (metacognitive awareness, self-esteem of metacognitive knowledge and metacognitive activity) characteristics of students.

For the diagnosis of personal characteristics of students we used such methods as method of diagnosing educational motivation (Ilyina, 2003) that aims to study the structure of motivation in the university educational activity; method of confidence diagnosis (Romek, 1998) that was used for evaluation of personal confidence seen by the author as generalized method of positive self-esteem manifested in positive self-assessment of human skills and abilities (subjectively important) in comparison to the necessity to set goals and meet needs; method of reflexivity diagnosis the main aim of which is study of reflexivity as psychological notion (Karpov, Skitiaeva, 2005).

For the diagnosis of the chosen cognitive characteristics of students there was used such method as self-efficacy assessment test (Schwarzer, Jerusalem, Romek, 1996). The questionnaire is used to study self-efficacy – confidence rights of human potential ability to organize and carry out activities needed to achieve a certain goal. Also self-efficacy aims to help to understand the level of productive integration of cognitive, social and behavioural components for optimal strategies implementation in different life situations. One more method used in the study was the method of implicit theories diagnosis (according to Dvek's questionnaire) (Kornilova *et al.*, 2008). The attention in our study was drawn in particular to the criterion of the subject's knowledge about fixed or changeable intelligence as well as about the implicit theory role in an intellectual development. Empirical reference of the level of students' knowledge was studied with the help of generalization of their educational achievements during semester.

To diagnose students' metacognitive characteristics there was used a diagnosis method of metacognitive involvement in educational activities (metacognitive awareness) (Schraw, Dennison, 1994). The results received by this method act as reviewer degree of formation of metacognitive monitoring skills of cognitive activity in the educational process. Moreover, we used a method of diagnosis of metacognitive knowledge and metacognitive activity (Kashapov, 2012). Metacognitive knowledge is understood as human knowledge about the means of obtaining and processing information in their own learning processes, knowledge about the types and content of the tasks and requirements for their implementation, knowledge about metacognitive strategies in problem solving. Metacognitive activity is represented as the process of obtaining and selecting information, control, change and metacognition planning. Also at this stage the test sample was carried out to research the normal distribution of equivalence and studied characteristics.

At the stage of the laboratory experiment as a stimuli material served 6 different texts (scientific, journalistic and fictional) of different volume (larger text volume – 25-30 sentences and smaller text volume – 10-15 sentences), 18 pairs of statements and 18 pairs of words in Ukrainian needed to be memorized. Students performed prospective metacognitive subjective judgments of learning about confidence (JOLs) and judgments about the number of correct answers (aJOLs), as well as similar retrospective metacognitive judgments of both types (RCJs and aRCJs). Because of proper calibration procedure there were defined average indicators of the illusion of knowing as an overconfidence and the illusion of not-knowing as an underconfidence. In general the experiment consisted of the following stages: information memorizing phase, phase of the evaluation of the information memorizing effectiveness, destructor phase serving as the possibility for the researched to have rest doing non-assessed activity, task performance phase, and phase of evaluation of the task performance effectiveness.

All the data were processed by a computer program *IBM SPSS Statistics 20* and the calculations were made using *Excel* program. Data processed by means of mathematical and statistical methods such as *ANOVA* analysis (to find statistically significant dependencies/differences), *T*-test (to find statistically significant differences), the correlation coefficient Goodman-Kruskal (to evaluate metacognitive monitoring accuracy judgments), Spearman rank of correlation (to determine the closeness of relationships between variables), Pearson linear correlation (to measure the degree of linear relationship between two variables), *O/U* index (to estimate over/underconfidence), calibration index (to estimate calibration level), etc.

RESULTS OF RESEARCH

As it was said in the Introduction, we regard the illusion of knowing as metacognitive monitoring error resulting from overconfidence in subjective knowledge that does not meet the objective success of a task as well as the illusion of not knowing which is subjective underconfidence. That's why metacognitive monitoring errors we aimed to find (overconfidence as the illusion of knowing and underconfidence as the illusion of not knowing) were determined as the difference between subjective assessments of the accuracy of retrieval (metacognitive judgments rating) and the observed reproduction (relative share results according to the total number of tasks). The larger the difference in the results is, the greater is the manifestation of the illusion of knowing, and vice versa (Gigerenzer *et al.*, 1991; Ward, Clark, 1989).

The resulting performance in all prospective and retrospective judgments of the learned tasks was analyzed by the three-level scale from -1 to +1: from -1 to - .14 – the level of underestimation or lack of self-knowledge (the illusion of not knowing); from

- .15 to + .14 – adequate level of monitoring accuracy (the illusion of knowing is negligible or absent); from + .15 to +1 – level of overconfidence in knowledge (the illusion of knowing). An adequate level average value in the range from - .15 to + .14 was chosen with reference to the available in the literature data (Koriat *et al.*, 1980; Jönsson *et al.*, 2005; Brenner *et al.*, 1996) studying overconfidence. In particular, F.U. Jönsson *et al.*, (2005) found the mean level of *O/U* index (the results of 95% of the surveyed), which is significantly different from zero ($O/U = .14$; $SD = .17$).

While coping with the tasks of our study students performed prospective metacognitive subjective judgments of learning about confidence (JOLs) and judgments about the number of correct answers (aJOLs), as well as similar retrospective metacognitive judgments of both types (RCJs and aRCJs). Because of proper calibration procedure average indicators of the illusion of knowing were defined as excessive overconfidence and underconfidence judgments. The results are shown in Table 1.

Table 1. The illusion of knowing in metacognitive judgments of learning

Judgments	Metacognitive monitoring adequacy level	M (mean)	Number of participants (%)
aJOLs	Accurate metacognitive monitoring	.06	50%
	Underconfidence (the illusion of not knowing)	- .37	14.1%
	Overconfidence (the illusion of knowing)	.25	35.9%
aRCJs	Accurate metacognitive monitoring	.01	61%
	Underconfidence (the illusion of not knowing)	- .33	14.8%
	Overconfidence (the illusion of knowing)	.24	24.2%
JOLs	Accurate metacognitive monitoring	.02	40.6%
	Underconfidence (the illusion of not knowing)	- .27	28.1%
	Overconfidence (the illusion of knowing)	.27	31.3%
RCJs	Accurate metacognitive monitoring	- .02	50%
	Underconfidence (the illusion of not knowing)	- .24	25%
	Overconfidence (the illusion of knowing)	.25	25%

Source: Avgustiuk, M.M. (2016). The illusion of knowing in metacognitive monitoring of the educational activity of university students. *PhD Thesis in Psychological Sciences, The National University of Ostroh Academy*, 1-316.

In general, the results of the laboratory stage of the study showed that 59.4% of participants committed errors when making prospective JOLs, and an overwhelming number of them showed overconfidence in the correctness of the task performance –

31.3%. 50% of the students committed metacognitive monitoring errors in the course of prospective aJOLs, and 35.9% showed overconfidence in the correctness of the task performance.

At the same time the averages of the illusion of knowing are slightly different in JOLs ($M = .27$) and in aJOLs ($M = .25$). The number of the investigated students who sowed the illusion of knowing is also not significantly different. It means that before task performance overconfidence is not significantly dependent on the type of the question.

However, in the retrospective RCJs, compared with prospective judgments of this kind (JOLs), there is a decrease (6.3%) in the proportion of overconfident students in task accuracy, and in retrospective aRCJs as to compare with prospective judgments of this kind (aJOLs) the decrease is by 11.7%. The average value of overestimation virtually remains unchanged.

The most accurate are aRCJs – 61% of surveyed students showed adequate accuracy level of metacognitive monitoring ($MaRCJ = .01$). Unlike JOLs and RCJs, where students demonstrated almost equal proportions of overconfidence and underconfidence, in their aJOLs and aRCJs the proportion of students who overestimated the number of correctly performed tasks is significantly higher in comparison with those who did underestimation. However, among those who underestimated the number of correctly performed tasks, the indicators of the illusion of not knowing appeared to be the highest ($MaJOL = -.37$ and $MaRCJ = .33$).

The illusion of knowing as metacognitive monitoring error is most often seen in prospective aJOLs (35,9% of the students). However, before tasks performance among those students who underestimate the possible number of correctly performed tasks, the degree of the manifestation of the illusion of not knowing is the highest ($MaJOL = -.37$). After tasks performing metacognitive monitoring judgments accuracy increases.

By using *T*-test for paired samples it was found that the rates of errors in metacognitive judgments differ in a statistically significant level between JOLs and aJOLs ($t(56) = 2.09, p \leq .05$), between aRCJs and RCJs ($t(56) = 2.23, p \leq .05$), and between JOLs and RCJs ($t(56) = 2.09, p \leq .05$), in other words, between different judgments (concerning general judgments of learning about confidence and judgments of learning about answers) before and after tasks performance. After the tasks performance the accuracy of metacognitive monitoring grows: the students who made mistakes in monitoring reduced the proportion of those showing the illusion of knowing, but also reduced the level of their underconfidence.

To sum up, the investigation of the illusion of knowing as metacognitive monitoring error shows that the most accurate are retrospective judgments of learning about the number of correct answers (aJOLs) – 61% of surveyed students showed adequate level of monitoring ($MaRCJ = 0.01$). The illusion of knowing is most often seen in prospective judgments of learning about the number of correct answers (aJOL) (35,9% of

subjects showed this error). However, before performing tasks among those students who underestimate the possible number of correctly performed tasks, the degree of manifestation of the illusion of not knowing is the highest ($MaJOL = -.37$).

As a result of the empirical study there were found correlations between the studied personal, cognitive, and metacognitive psychological characteristics of students (the results of the correlations are shown in Table 2). Thus, educational motivation is positively correlated with self-confidence ($r = .17, p = .05$) and reflexivity ($r = .43, p = .01$). In addition, there is a correlation between educational motivation and metacognitive awareness ($r = .31, p = .01$), metacognitive knowledge ($r = .22, p = .05$) and metacognitive activity ($r = .26, p = .01$).

Table 2. Correlation analysis results in personal, cognitive, and metacognitive psychological characteristics

	Educational motivation	Self-confidence	Reflexivity	Implicit theories of intellect	Self-efficacy	Metacognitive awareness	Metacognitive knowledge	Metacognitive activity	aJOL	aRCJ	JOL	RCJ
Educational motivation		.17*	.34**			.31**	.22*	.26**				
Self-confidence	.17*				.44**	.27**	.31*	.19*		.32**		.24*
Reflexivity	.34**					.35**						
Implicit theories intellect					.24**							
Self-efficacy		.44**	.24**			.34**	.26**					
Metacognitive awareness	.31**	.27**	.35**		.34**		.36**				.21*	.23**
Metacognitive knowledge	.22*	.31*			.26**	.36**						
Metacognitive activity	.26**	.19*							.18*			
aJOL												
aRCJ		.32**										
JOL						.21*						
RCJ		.24*				.23**						

Note: * - $p = 0,05$; ** - $p = 0,01$.

Source: Avgustiuk, M.M. (2016). The illusion of knowing in metacognitive monitoring of the educational activity of university students. *PhD Thesis in Psychological Sciences, The National University of Ostroh Academy*, 1-316.

Self-confidence, in addition to the correlations with educational motivation, positively correlates with self-efficacy ($r = .44, p = .01$), metacognitive awareness ($r = .27, p = .01$), metacognitive knowledge ($r = .31, p = .01$) and metacognitive activity ($r = .19, p = .05$). Reflexivity, in addition to educational motivation, is related to metacognitive awareness ($r = .35, p = .01$). The correlation between self-efficacy and implicit theory of intellect ($r = .24, p = .01$) is also viewed, as well as between self-efficacy and metacognitive awareness ($r = .34, p = .01$) and self-efficacy and metacognitive knowledge ($r = .26, p = .01$). Metacognitive awareness apart from the correlation with educational motivation, self-confidence, reflexivity and self-efficacy, is also positively correlated with metacognitive knowledge ($r = .36, p = .01$).

With the help of Spearman correlation there were also identified relations between personal traits, cognitive and metacognitive features of students which showed non-linear nature of the relationship between them and provided an opportunity to consider them in the system of the accuracy of metacognitive monitoring. In particular, there is a fixed direct correlation (Pearson correlation) between indicators of the illusion of knowing in prospective ($rJOLs = -.21, p = .05$) and retrospective ($rRCJs = -.23, p = .01$) judgments of learning. Before task performance there are close correlations with the indicators of the illusion of knowing and metacognitive characteristics of students, including metacognitive activity ($raJOL = -.18, p = .05$) and metacognitive awareness ($rJOL = -.21, p = .05$).

In the context of the examined personal traits it is observed that those students who are focused on the receiving knowledge often give accurate metacognitive judgments. However, among the students targeted for the profession who made accurate metacognitive judgments, the accuracy of metacognitive monitoring is the highest ($MaJOL = -.006$; $MaRCJ = -.006$; $MJOL = .03$; $MRCJ = .00$). The research showed the correlation (by the criterion of Pearson) between indicators of self-confidence and the illusion of knowing in retrospective judgments of learning about answers ($r = .32, p = 0.01$) and retrospective judgments of learning about confidence ($r = .24, p = .05$).

As studying motivation is determined by a number of specific factors such as the educational system, the organization of the educational process, subjective characteristics of the student (e.g., age, gender, intellectual development and abilities, level of aspiration, self-esteem, cooperation with other members of the learning process, etc.) the motivation to learn is considered a significant sign of increasing reliability of metacognitive monitoring (Nietfeld *et al.*, 2006). The causes of the educational success and failures are accounted by external and internal reasons. It is proved that those students who are governed mainly by external motivation (orientation on diploma) are characterized by overconfidence. Those who are guided by internal motives such as self-orientation, skills development show under confidence (Kroll, Ford, 1992; Hacker, Bol, Bahbahani, 2008).

The data for the scale of methodology of Romek “self-confidence” – “self-unconfidence” showed that students in the context of its various levels tend to overconfidence as well as under-estimation of the accuracy of the tasks which stand as indicators of ineffective metacognitive monitoring. Correlation analysis (the criterion of Spearman) showed the correlation between indicators of confidence indicators and the illusion of knowing in retrospective judgments of learning about answers ($r = .32$) and retrospective judgments of confidence ($r = .24$) (the level of significance is $p = .05$).

The implementation of aJOLs among those students who showed the illusion of not knowing is also revealed: highly reflexive students show very high rates of undervaluation ($M = -.74, p = .01$) compared to middle and low level reflexive students ($M = -.42, p = .01$, and $M = -.47, p = .01$ respectively). However, the implementation of aRCJs among students with high and middle levels of reflection significantly increases the proportion of those who almost made no mistakes in metacognitive monitoring (from 58% to 73.7% and from 46.4% and 60.8% respectively). These results may be caused because highly and middle reflexive students take into account an experience of being involved in the task performance situations in retrospective judgments of learning. This is supported by established correlation of reflection and metacognitive awareness.

In terms of cognitive characteristics we found out that students with middle and high levels of self-efficacy are more accurate in prospective and retrospective metacognitive judgments of learning compared to students with low self-efficacy. The last demonstrate the prevalence of such error of metacognitive monitoring as the illusion of not knowing. The proportion of overconfident students in their aJOLs and aRCJs (37% and 37,6% respectively) is much higher than the same proportion of underconfident students (10% and 14,3% respectively). Among students with low levels of self-efficacy the proportion of underconfidence in JOLs is very high (55%), but at the same time the levels of the illusion of not knowing are very high ($M = .53, p = .01$).

It is found that there are statistically significant differences in terms of metacognitive knowledge between the indicators of the illusion of knowing in aJOLs and aRCJs [$F(2,56) = 3.38; p = .05$] and differences in terms of metacognitive activity between the indicators of the illusion of knowing in aJOLs and aRCJs [$F(2,56) = 2.79; p = .05$], as well in JOLs and RCJs [$F(2,56) = 3.21; p = .039$].

There are also statistically significant differences between mean values of the indicators of the illusion of knowing in all kinds of metacognitive judgments of learning in the context of metacognitive activity. The students with low levels of metacognitive activity who took part in the research tend to the illusion of knowing as overconfidence in prospective and retrospective judgments of learning of all types.

There is a direct correlation (Pearson correlation) between indicators of the illusion of knowing in prospective ($rJOL = -.21, p = .05$) and retrospective ($rRCJ = -.23, p = .01$) judgments of learning about confidence and performance indicators of

metacognitive awareness. Before task performance there are close correlations with the indicators of the illusion of knowing and such metacognitive characteristics of students as metacognitive activity ($r_{aJOL} = -.18, p = .05$) and metacognitive awareness ($r_{JOL} = -.21, p = .05$).

It was also found out that among students with high and middle levels of metacognitive awareness there is a significant proportion of students who almost did not commit errors in metacognitive monitoring (from 46.6% to 58% and from 56% to 74.8% respectively) increases. The same trend was observed regarding the students with high and middle levels of reflection. The analysis data showed correlations between the illusion of knowing levels in all prospective ($r = .21, p = .05$) and retrospective metacognitive judgments ($r = -.23, p = .01$).

In terms of individual psychological differences there were not found statistically significant differences in the occurrence of the illusion of knowing according to gender peculiarities [$F(2,56) = .013, p = .19$]. Among the metacognitive monitoring errors it is fixed that women tend to dominance of overconfidence in all of the studied types of prospective and retrospective judgments of learning.

We also found that the students of age group of 17-19 are more overconfident ($M = .06; SD = .19$), while the students of age group of 20-22, by contrast, are underconfident ($M = -.41; SD = .47$).

DISCUSSION

As a result of the empirical research it was found that the illusion of knowing regarded as an overconfidence and an error of metacognitive monitoring occurs in all types of metacognitive judgments. Nevertheless, this error is more evident in prospective judgments.

In prospective judgments of learning the illusion of knowing has the strongest correlations with metacognitive characteristics of students such as metacognitive activity and metacognitive awareness. In retrospective judgments we found the correlations between the indicators of the illusion of knowing and metacognitive activity, metacognitive awareness and self-confidence. The results relate to the research data of T.A. Busey *et al.* (2000), C.B. McCormick (2003), T.O. Nelson (1999), K.W. Thiede, (1994), and others, which found that in the process of retrospective monitoring it is often observed that overconfidence leads to the illusory feeling of knowledge in its absence.

Reflexivity, educational motivation, self-efficacy and student's introspection of fixed or changeable intellect are connected with the illusion of knowing from across the spectrum of the system of relations with metacognitive characteristics and general self-confidence.

Gender and age differences in the manifestation of the illusion of knowing are not observed, although it is found that women tend to overconfidence in their judgments. In the scientific literature there are no empirical data which state the dependence of metacognitive monitoring accuracy from gender differences. In several researches the attention is mainly paid to the correlation between intellect, academic achievements, motivation and gender differences. For example, according to McCarty and Siber (Pulford, 1996), women are less inclined to the occurrence of overconfidence than men. Our results suggest the opposite.

The illusion of knowing is more typical for younger students, especially for those with low levels of educational achievements. The occurrence of the illusion of knowing is more typical for students with lower levels of academic progress. The results correlate with existing in the scientific literature data, according to which the more successful the subjects are, the less confident they are in their knowledge, and vice versa. In particular, the scientists (Dunning *et al.*, 2003; Hacker *et al.*, 2008; Jee *et al.*, 2006; Kruger, Dunning, 1999; Miller, Geraci, 2011; Pallier *et al.*, 2002, Wiley *et al.*, 2005, etc.) state that subjects with high levels of knowledge are less likely to overconfidence.

Subjects with low levels of knowledge have more difficulties with the accuracy of metacognitive judgments (there is overoptimistic confidence), and cannot distinguish between questions answered correctly or incorrectly. Perhaps this may be due to the fact that 17-19-years-old students, although characterized by a certain maturity in mental, moral, and social terms, as conscious motives of behaviour are amplified, are under influence of the inherent prevalence of maximalist inclinations in all activities, categorical assessments, etc. Complex and new challenges that students face from the first year of study require precise organization of educational process, skills of independent work with educational and scientific literature, independent allocation of time, etc. All these factors, despite the development of thinking, memory, attention, etc., provokes the generation of so-called processes as 'delaying', 'breaking', greater uncertainty, which, in our opinion, can cause declination of confidence in the educational tasks performance by 20-22-years-old students.

CONCLUSIONS

We found the correlations between the indicators of the illusion of knowing and personal, cognitive and metacognitive characteristics, individual psychological differences. Gender and age differences in the manifestation of the illusion of knowing are not observed, although it is found that women tend to overconfidence in their judgments. The illusion of knowing is more typical for younger students, especially for those with low levels of educational achievements.

Consequently, the results show that metacognitive monitoring judgments are important sources of how students regulate their own knowledge in the educational process. Overconfidence in knowledge of the educational material could lead to the fact that the needed material will be studied with not enough time and effort. Conversely, the systematic underestimation of knowledge is the reason for spending too much time working with already learned material.

REFERENCES

- Avgustiuk, M.M. (2015). Situational factors of the illusion of knowing in the educational activity of students. *Virtus: Scientific Journal*, 4, 53-56.
- Brenner, L.A., Koehler, D.J., Liberman V., Tversky, A. (1996). Overconfidence in probability and frequency judgments: A critical examination. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 65, 3, 212-219.
- Busey, T.A., Tunnicliff, J., Loftus, G.R., Loftus, E.F. (2000). Accounts of the confidence-accuracy relation in recognition memory. *Psychonomic Bulletin and Review*, 7, 1, 26-48.
- Dunning, D., Johnson, K., Ehrlinger, J., Kruger, J. (2003). Why people fail to recognize their own incompetence. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 3, 83-87.
- Eakin, D.K. (2005). Illusions of knowing: Metamemory and memory under conditions of retroactive interference. *Journal of Memory and Language*, 52, 4, 526-534.
- Gigerenzer, G., Hoffrage, U., Kleinböling, H. (1991). Probabilistic mental models: A Brunswikian theory of confidence. *Psychological Review*, 98, 4, 506-528.
- Glenberg, A.M., Wilkinson, A.C., Epstein, W. (1982). The illusion of knowing: failure in the self-assessment of comprehension. *Memory and Cognition*, 10, 6, 597-602.
- Hacker, D. J., Bol, L., Bahbahani, K. (2008). Explaining calibration in classroom contexts: The effects of incentives, reflection, and explanatory style. *Metacognition and Learning*, 3, 101-121.
- Ilyina, T.I. (2003). *Motyvatyatsia navchannia u vuzi*, <http://medbib.in.ua/motivatsiya-obucheniya-vuze-39992.html>.
- Jee, B., Wiley, J., Griffin, T. (2006). Expertise and the illusion of comprehension. *Proceedings of the Annual Conference of the Cognitive Science Society*, 387-392.
- Jönsson, F.U., Olsson, H., Olsson, M.J. (2005). Odor emotionality affects the confidence in odor naming. *Chemical Senses*, 30, 1, 29-35.
- Karpov, A.V., Skitiaeva, I.M. (2005). *Psykhologia metakognitivnykh protsessov lichnosti*. Moscow.
- Kashapov, M.M. (2012). *Tvorcheskaia deyatelnost professionala v kontekste kognitivnogo i metakognitivnogo podhodov*. YarGU: Yaroslavl.
- Koriat, A. (1993). How do we know that we know? The accessibility model of the feeling of knowing. *Psychological Review*, 100, 4, 609-639.
- Koriat, A. (1998). *Illusions of knowing: The link between knowledge and metaknowledge*. Metacognition: Cognitive and Social Dimensions. – England, London: Sage, 16-34.
- Koriat, A., Lichtenstein, S., Fischhoff, B. (1980). Reasons for confidence. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 6, 2, 107-118.
- Kornilova, T.V., Smirnov, S.D., Chumakova, M.V., Kornilov, S.A., Novototskaia-Vlasova, Ye.V. (2008). Modifikatsia oprosnikov K. Dvek v kontekste uzuchenia akademicheskikh dostizheniy studentov. *Psikhologicheskii zhurnal*, 29, 3, 86-100.

- Kroll, M.D., Ford, M.L. (1992). The illusion of knowing, error detection, and motivational orientations. *Contemporary Educational Psychology*, 17, 371-378.
- Kruger, J., Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Psychology*, 1, 30-46.
- Maki, R.H., Berry, S.L. (1984). Metacomprehension of text material. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 10, 4, 663-679.
- McCormick, C.B. (2003). Metacognition and learning. *Handbook of Psychology: Educational Psychology*, 79-102.
- Metcalfe, J. (1998). Cognitive optimism: Self-deception or memory-based processing heuristics? *Personality and Social Psychology Review*, 2, 2, 100-110.
- Miller, T.M., Geraci, L. (2011). Unskilled but aware: Reinterpreting overconfidence in low-performing students. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 1-5.
- Nelson, T.O. (1999). *Cognition versus metacognition*. Cambridge, MA: MIT Press, 625-641.
- Nelson, T.O., Narens, L. (1990). Metamemory: A theoretical framework and new findings. *The Psychology of Learning and Motivation*, 26, 125-173.
- Nietfeld, J.L., Cao, L., Osborne, J.W. (2006). The effect of distributed monitoring exercises and feedback on performance, monitoring accuracy, and self-efficacy. *Metacognition and Learning*, 1, 159-179.
- Pallier, G., Wilkinson, R., Danthiir, V., Kleitman, S., Knezevic, G., Stankov, L., Roberts, R.D. (2002). The role of individual differences in the accuracy of confidence judgments. *The Journal of General Psychology*, 129, 3, 257-299.
- Pulford, B.D. (1996). *Overconfidence in human judgment*. PhD Thesis. – Department of Psychology, University of Leicester.
- Romek, V.H. (1998). *Test uverenosti v sebe*. Prakticheskaia psikhodiagnostika i psihologichskoie konsultirovanie. – Rostov-na-Donu: Irbis, 87-108.
- Savin, Ye.Yu., Fomin, A.Ye. (2013). Kognitivnaia psikhologia obrazovaniia: auditoria kak laboratoria. *Psikhologiya v vuze*, 3, 67-83.
- Schraw, G., Dennison, R.S. (1994). Assessing metacognitive awareness. *Contemporary Educational Psychology*, 19, 460-475.
- Schwarzer, R., Jerusalem, M., Romek, V. (1996). Russkaia schkala obschchei samoeffektivnosti. *Inostrannaia psikhologia*, 7, 71-76.
- Thiede, K.W. (1994). Delaying students' metacognitive monitoring improves their accuracy in predicting their recognition performance. *Journal of Educational Psychology*, 86, 2, 290-302.
- Ward, S.B., Clark, H.T. (1989). *The effect of feedback on the illusion of knowing and comprehension monitoring of college students*. Paper presented at the Annual Meeting of the Eastern Educational Research Association.
- Wiley, J., Griffin, Th.D., Thiede, K. (2005). Putting the comprehension in metacomprehension. *Journal of general Psychology*, 132, 4, 408-428.

**THE ILLUSION OF KNOWING FROM PERSPECTIVE OF METACOGNITIVE MONITORING
ACCURACY OF EDUCATIONAL ACTIVITY OF UNIVERSITY STUDENTS**

SUMMARY: The study analyses the results of the empirically established connections between the features of the singled out personal, cognitive and metacognitive characteristics of students. In particular, it is established that the illusion of knowing regarded as an overconfidence and an error of metacognitive monitoring occurs in all types of metacognitive judgments, but is more evident in prospective judgments. We found the correlation between the indicators of the illusion of knowing

and metacognitive activity, metacognitive awareness and self-confidence. Reflexivity, educational motivation, self-efficacy and student's introspection of fixed or changeable intellect are conneted with the illusion of knowing from across the spectrum of the system of relations with metacognitive characteristics and general self-confidence. Gender and age differences in the manifestation of the illusion of knowing are not observed, although it is found that women tend to overconfidence. The illusion of knowing is more typical for younger students, especially for those with low levels of educational achievements.

KEYWORDS: illusion of knowing, metacognitive monitoring, educational activity, overconfidence, underconfidence.

ILUZJA WIEDZY W ZAKRESIE WSPÓŁCZYNNIKÓW NIEZAWODNOŚCI METAKOGNITYWNEGO MONITORINGU DZIAŁAŃ EDUKACYJNYCH STUDENTÓW

STRESZCZENIE: W artykule zostały przeanalizowane wyniki badań empirycznych iluzji wiedzy w zakresie systemu współczynników niezawodności monitoringu działań edukacyjnych studentów. Szczególnie stwierdzono, że iluzja wiedzy jako nadmierna pewność i błąd metakognitywnego monitorowania występuje we wszystkich rodzajach sądów o przebadanym, jednak bardziej przejawia się w sądach prospektywnych. Empirycznie ustalono korelacyjne współzależności pomiędzy wskaźnikami iluzji wiedzy a aktywnością metakognitywną, metakognitywnym zaangażowaniem w działania, ogólną pewnością siebie. Refleksyjność, motywacja nauczania, samoskuteczność oraz wyobrażenia studenta o „ustaloną albo wzrastającą” inteligencję są powiązane z iluzją wiedzy pośrednio poprzez system łączności z cechami charakterystycznymi i ogólną pewnością siebie. Pod względem różnic płciowych, u kobiet ustalono tendencję do przewagi nadmiernej pewności siebie. Ponadto okazało się, że iluzja wiedzy jest bardziej typowa dla studentów młodszej grupy wiekowej, zwłaszcza tych, którzy cechują się niskim poziomem osiągnięć edukacyjnych.

SŁOWA KLUCZOWE: iluzja wiedzy, metakognitywny monitoring, działalność edukacyjna, wiekowe cechy i odmienności płciowe.

III

KONTEKST PRACY

BARBARA CZARDYBON

Uniwersytet Zielonogórski

COACHING JAKO PROCES WSPIERAJĄCY RACJONALNE DZIAŁANIE ORGANIZACJI

WSTĘP

Gdy w mowie potocznej posługujemy się przymiotnikiem „racjonalny”, najczęściej mamy na myśli coś bądź kogoś zgodnego z określonym wzorcem, coś bądź kogoś skutecznego. W tym sensie pojęcie racjonalności jest raczej pozytywnie odbierane. Mówi się na przykład, że racjonalny jest sposób żywienia, że zarządzanie opiera się na racjonalnych podstawach. Z historii wiemy, że tym, co warunkowało przeżycie człowieka jako gatunku, była skuteczność działania. Można zatem powiedzieć, że źródło racjonalności potocznej tkwi w ewolucyjnym ujęciu natury ludzkiej. Jeśli dalej przyjąć, że racjonalność jest to „cecha świadomej działalności ludzkiej polegająca na dobieraniu odpowiednich środków do osiągnięcia zamierzonych celów” (*Nowa encyklopedia powszechna*, 1999, s. 427), to można od razu stwierdzić, że każda organizacja – system składający się z ludzi, zadań, technologii, struktury i kierownictwa (Krzyżanowski, 1999) – przejawia pewien stopień racjonalności. Organizacja jako taka podejmuje bowiem zabiegi, których efektem ma być poprawa jej funkcjonowania¹. Aktywności te naturalnie różnią się między sobą. Wsparcie funkcjonowania organizacji płynie różnymi kanałami: współcześnie znamy wiele metod i strategii, a także rozwiązań organizacyjnych i środków technicznych wspomagających to działanie (Bernat, 2009).

¹ Historia zna oczywiście przykłady organizacji, które straciły na swej wartości, gdyż spadły ich zyski. Wystarczy tutaj wspomnieć choćby koncern Kodak, który nie zainwestował w nowinki, a które po kilku latach wytyczały standardy w branży fotograficznej. Organizacja może także ucierpieć na skutek nietrafionych projektów inwestycyjnych (Stajszczak, Wujec, 2008).

Jedną z nowych i dynamicznie rozwijających się metod oddziaływania jest coaching. W świecie biznesu pojawił się w latach 90. ubiegłego stulecia. Okres ten w Polsce wyróżniał się dynamicznym rozwojem szkoleń kompetencyjnych, będących bezpośrednim wynikiem potrzeb doskonalenia sposobów zarządzania. Na naszym rynku coaching wciąż jest na etapie wdrażania. Nierzadko bywa zestawiany (niekiedy też mylony, bo utożsamiany) z innymi formami działań wspierających rozwój i nastawionych na poprawę wyników, to znaczy z doradztwem, konsultingiem, mentoringiem, treningami, warsztatami i szkoleniami.

Wyjaśniając znaczenie wymienionych pojęć, należy powiedzieć, że doradztwo ma charakter *stricte* organizacyjny. Doradca jest odpowiedzialny za korygowanie działań pracowników, jeśli są niższe niż oczekiwane, udziela konkretnych rad i przedstawia gotowe rozwiązania (Holliday, 2006). Zaletą metod doradczych są relatywnie szybkie ich rezultaty. Specyficznym rodzajem doradztwa jest konsulting, czyli taka forma interwencji, która, nie posiadając charakteru psychopatologicznego, bliska jest jednak terapii. Konsultingiem mogą zajmować się więc terapeuci bez wykształcenia klinicznego (pedagodzy, socjoterapeuci itp.) (Wujec, 2012). Mentoring najczęściej bywa definiowany jako metoda wspomagania rozwoju pojedynczych pracowników. Tak zwana praca jeden na jeden łączy mentoring z indywidualnymi sesjami coachingowymi. W odróżnieniu od mentoringu, szkolenia, warsztaty i treningi organizowane dla biznesu zasadniczo nastawione są na wypracowanie bądź podniesienie na wyższy poziom określonych kompetencji grupy pracowników (Stajszczak, Wujec, 2011). Warto podkreślić, że trening ma na celu pomoc w rozwoju zdolności i umiejętności poznawczych właściwych danej dziedzinie uczenia się. Trener podejmuje interwencje zorientowane na przekazanie określonej wiedzy. Pomaga również w rozwijaniu nowych umiejętności w taki sposób, by uczestnik treningu po jego zakończeniu był w stanie efektywniej pracować. Istotne jest to, że relacja między trenerem a uczestnikami szkolenia nie jest relacją symetryczną: po stronie trenera leży określenie ogólnego planu szkolenia, a uczestnicy mają za zadanie dostosować się do procesu i struktury proponowanej przez prowadzącego trening. Na plan pierwszy wysuwa się wartość podporządkowania, a także zgodność z takim czy innym standardem. Tymczasem w coachingu chodzi o to, by to sam klient wyznaczył ważne dla siebie cele. Coaching jest zatem tym rodzajem interwencji, który wyróżnia się wysokim stopniem zindywidualizowania (Wujec, 2012).

Efekty tak popularnych w biznesie szkoleń najczęściej określa się na podstawie ankiet ewaluacyjnych wśród ich uczestników (90-100%). Od 40 do 60% organizatorów szkoleń przeprowadza testy wiedzy, a zaledwie 30% – badania praktycznej aplikacji wiedzy zdobytej na szkoleniu. Około 10-20% organizacji oblicza wpływ szkoleń na własne wyniki biznesowe (Stajszczak, Wujec, 2008). Co więcej, okazuje się, że efektywność interwencji trenerskich jest relatywnie niska – przeciętnie zaledwie od 10 do 20% wiedzy i umiejętności przekazanych podczas szkolenia zostaje wdrożona w realnym środowisku pracy. Jeśli nawet pracownik po powrocie ze szkolenia do pracy przez pewien okres

stosuje się do „zaleceń” trenera, to w miarę upływu czasu najczęściej wraca do swych poprzednich zachowań. Tym samym wiedza i umiejętności dostarczane podczas tego rodzaju wsparcia potencjału pracowniczego okazują się nietrwałe, a już na pewno nie powodują trwałych zmian w sposobie pracy uczestnika szkolenia (Wujec, 2012). W tym miejscu należy podkreślić, że kontakt coacha z klientem nastawiony jest na oddziaływanie na postawę tego drugiego, dzięki czemu proces coachingu jest znacznie skuteczniejszy niż tradycyjne szkolenia, a jego efekty – długotrwałe. Potwierdzają to liczne wyniki biznesowe, które mierzone są takimi wskaźnikami ekonomicznymi, jak choćby wzrost sprzedaży czy zmniejszenie fluktuacji personelu. Jedną z metod ekstrakowania efektów inwestycji w coaching jest metoda porównywania efektów uzyskanych przez podmiot coachowany z efektami uzyskanymi przez podmiot niecoachowany, który działa w takich samych warunkach i w takiej samej sytuacji (Stajszczak, Wujec, 2008). Konserwatywnie wyliczany zwrot z inwestycji (ROI – *Return of Investment*) w proces coachingu szacuje się na aż 545% (Wujec, 2012)². Trzeba też zaznaczyć, że z racji wielowymiarowości sytuacji, w jakiej znajduje się pracownik organizacji, on sam najłatwiej może ocenić zysk z procesu coachingu, który zakończył.

Jest więc zrozumiałe, że w sektorze biznesowym działy HR (*Human Resources*) proponują coaching tym pracownikom, którzy przeszli już szereg szkoleń i w zakresie nauki na danym etapie ich indywidualnego rozwoju nie można im już nic więcej zaproponować. W tym przypadku coaching jest stosowany jako kontynuacja rozwoju po zakończonym treningu (*follow up*). Takie wsparcie programów szkoleniowych istotnie podnosi ich efektywność. Część firm decyduje się również na prowadzenie kompleksowych programów rozwoju swoich pracowników. Wówczas stosuje się kilka form rozwoju potencjału jednocześnie. Ogólna zasada przytoczona przez R.L. Mintera i E.G. Thomasa mówi, że około 15% pracowników w firmie określa się jako wybitnych i to dla nich najbardziej odpowiednie są interwencje coachingowe; dla kolejnych 70% pracowników, którzy osiągają wyniki niewykraczające ponad oczekiwania organizacji, lepszy jest mentoring, gdyż ma bardziej dyrektywny charakter; wreszcie pozostałe 15% pracowników pracuje poniżej oczekiwanych standardów – dla nich przeznaczony jest konsulting (Wujec, 2012).

COACHING BIZNESOWY – WIELOŚĆ DEFINICJI POJĘCIA

Coaching można określić jako planowany proces rozwijania rozmaitych kompetencji, w którym istotną rolę odgrywają nie tylko rzetelna ocena stanu obecnego oraz wyznaczenie celu do osiągnięcia, a potem praktykowanie określonych ćwiczeń w realnych

² Wskaźnik ROI, uznawany za najbardziej wiarygodną metodę obliczania inwestycji w kapitał ludzki, wyrażany jest również w konkretnych wartościach pieniężnych.

sytuacjach, lecz także regularny *feedback* pozwalający na monitorowanie postępów na drodze do osiągnięcia założonego celu (Smółka, 2008). Coach jest kimś, kto ma za zadanie inspirować i motywować swojego klienta do rozwoju drzemiącego w nim potencjału (Rogers, 2010). Celem coachingu jest zatem stymulacja do samopoznania oraz jak najlepszego wykorzystania jego owoców. Znamienne, że osoby korzystające z usług coacha początkowo nie zdają sobie sprawy ze znaczenia posiadanych przez siebie zasobów i dopiero po serii pytań zadanych przez coacha świadomość ta istotnie wzrasta. Wśród zasobów, jakimi może dysponować osoba coachowana, można wyodrębnić zasoby fizyczne (środki finansowe, wszelkiego rodzaju dobra materialne, czas), intelektualne (wiedza, kwalifikacje, umiejętności, doświadczenie), emocjonalne (morale, zaangażowanie, uczucia), społeczne (rodzina i przyjaciele, współpracownicy, grupy pomocowe). Ogólnie rzecz biorąc:

punktem wyjścia do pracy coachingowej jest [...] podniesienie świadomości własnej sytuacji, realiów, w jakich jednostka się porusza, identyfikacja szczegółowych schematów poznawczych, punktów widzenia, nawyków mentalnych i ram odniesienia – zarówno tych ograniczających, nieprzystających do rzeczywistości, jak i tych wspierających, które pozwalają ludziom podejmować kolejne próby mimo porażek, nie poddawać się, z determinacją dążyć do celu, wierzyć we własne zasoby i z ich pomocą osiągać sukces, szukać przyczyn w sobie i rzeczach, na które mamy wpływ, postrzegać świat jako przychylny, ludzi jako uczciwych itd. (Muszyński, Wrona, 2014, s. 51).

Cele w coachingu muszą być zwymiarowane, gdyż tylko takie cele określają kierunek dalszych działań osoby coachowanej. Postęp można poznać po prawidłowo skonstruowanych wskaźnikach pomiaru efektywności. W trakcie procesu coachingu wskaźniki te pozwalają kontrolować efekty cząstkowe. Dzięki temu klient coachingu może zorientować się, jak blisko znajduje się od zakładanego rezultatu – celu całego procesu. Warto podkreślić, że każdy efekt uzyskany w procesie coachingu dziś zostaje w taki sposób wzmocniony, aby wywołać określony efekt również w przyszłości. Badania przeprowadzone przez Chartered Institute for Professional Development w 2008 roku wskazują na następujące deklarowane rezultaty coachingu: większa samoświadomość (68% odpowiedzi), skuteczniejsze wyznaczanie celów (62%), bardziej zrównoważone życie (61%), niższy poziom stresu (57%), odkrywanie samego siebie (53%), większa pewność siebie (52%), lepsza jakość życia (43%), poprawa kompetencji komunikacyjnych (40%), efektywniejsze kończenie projektów (36%) (Wilczyńska, Nowak, Kućka, 2013).

Jak już zostało powiedziane, coaching można łączyć z treningiem indywidualnym bądź grupowym. Autorka niniejszej publikacji ma za sobą kilkumiesięczny proces coachingu właśnie z elementami treningu dla menedżera zespołu sprzedaży Aviva

z ponad 10-letnim stażem³. Podczas sesji zerowej klient zgłosił, że zależy mu na przejęciu procesu, który ma mu dać – jak sam określił – poczucie bezpieczeństwa w obliczu rosnącej konkurencji na rynku. Rozumiał przez to wypracowanie strategii pozyskiwania i utrzymania „dobrych” handlowców, czyli takich, którzy wykazywaliby chęci rozwoju oraz systematycznie generowali wysokie wyniki sprzedażowe. Kontrakt coachingowy objął konkretne cele – pozyskanie przez klienta trzech nowych sprzedawców oraz standardową realizację celów premiowych. Precyzyjne ustalenie celów procesu coachingowego umożliwiło nie tylko efektywne jego prowadzenie, lecz także późniejszą obiektywną jego ewaluację. Podczas procesu klient odkrył swoje wartości i przekonania; uzmysłowił sobie, że preferuje „procesowy” styl zarządzania: główny nacisk kładzie na osiągnięcie wysokiej efektywności, również w życiu pozazawodowym lubi innym narzucać tempo. W trakcie jednej z sesji autorka tego artykułu odbyła z klientem przykładową rozmowę, w trakcie której wcielił się on w rolę osoby rekrutowanej do jego zespołu. Po dokładnej analizie rozmowy i przyjrzeniu się emocjom, które wówczas się u niego pojawiły, był w stanie określić, co może „działać”, a co „nie działać” albo też wiąże się z pewnym ryzykiem. Koordynowanie i monitorowanie prowadzonego procesu ułatwiały specjalnie opracowane na tę okoliczność arkusze coachingowe. Ewaluacja sesji była prowadzona z wykorzystaniem techniki EARS Insoo Kim Berga⁴. Ewaluacja procesu coachingu wykazała, że sprawności biznesowe klienta, na które składały się między innymi praca nad celami biznesowymi oraz efektywność rekrutacyjna, wzrosły w stopniu go zadawalającym. Proces został zakończony zaplanowaniem przez coachowanego dalszego rozwoju jego kariery na bazie zasobów, których nie był świadom przed rozpoczęciem spotkania z piszącą te słowa.

W literaturze przedmiotu można spotkać się z szeregiem klasyfikacji coachingu. Najczęściej pod pojęciem coachingu biznesowego rozumie się coaching, którego celem jest wspieranie przedsiębiorców w tworzeniu i rozwoju ich firm, a także w osiągnięciu przez nie założonych celów biznesowych. Obok tak zwanego coachingu organizacyjnego, który prowadzony jest w dużych organizacjach i korporacjach, wyróżnia się *small business coaching*, dedykowany – jak można się domyślić – małym i średnim firmom. Coaching biznesowy bywa utożsamiany z coachingiem zorientowanym na rozwój kompetencji menedżera niezbędnych do osiągnięcia celów organizacji. Jeśli coaching dotyczy menedżera wysokiego szczebla, to określanym jest mianem *executive coachingu*, a jeśli menedżera niższego szczebla lub tak zwanego menedżera liniowego, to jest to po

³ Pewnym źródłem inspiracji pracy coachingowej dla autorki niniejszej publikacji stała się lektura tekstu A. Syrek-Kosowskiej (2008).

⁴ *Elicit* – wydobywaj („Co jest lepiej?”, „Co się zmieniło?”), *Amplify* – rozszerzaj („Kto jeszcze zauważył zmianę?”, „Jak wpadłeś na pomysł, by to zrobić?”), *Reinforce* – wzmacniaj („To spore osiągnięcie! Jak to się stało, że potrafiłeś to zrobić?”), *Start over* – zacznij znowu („Co jeszcze jest lepiej?”, „Co jeszcze się zmieniło?”).

prostu coaching menedżerski. Wskazuje się ponadto na coaching kariery (*career coaching*), coaching umiejętności/kompetencji (*performance coaching*), coaching przywódczy (*leadership coaching*), coaching zespołowy (*team coaching*) (Wujec, 2012). Zgodnie z tą nomenklaturą, wyżej opisany proces menedżera zespołu sprzedażowego Aviva można uznać za przykład coachingu kompetencyjnego.

Szczególnym rodzajem coachingu menedżerskiego jest tak zwany *transition coaching*, adresowany do tych menedżerów, którzy zmieniają ścieżkę kariery bądź odchodzą z korporacji (np. na emeryturę). W piśmiennictwie wyróżnia się ponadto *expat coaching* – coaching dla pracowników-cudzoziemców (Wujec, 2012). B. Wujec zaznacza, że

wraz z rozwojem globalizacji w latach 90. pojawił się w obszarze zastosowań coachingu nowy fenomen – wielokulturowość biznesu, który dodatkowo, w pierwszej dekadzie XXI wieku, poszerzył się o *diversity* – różnorodność. Zjawiska te przyniosły coachom nowe wyzwania, polegające na towarzyszeniu klientom w osiąganiu celów zależnych od szeroko rozumianego kontekstu kulturowego. O ile bowiem coaching wielokulturowy (*multicultural coaching*) wymaga od coacha dystansu do własnej kultury, akceptacji kultury narodowej klienta oraz znajomości kultury organizacyjnej, w której pracuje klient, o tyle *diversity coaching* dotyka swym zakresem także różnorodności związanej z płcią i orientacją seksualną (*gender*), z wiekiem klienta, a także z wyznawaną przez niego religią i światopoglądem (Wujec, 2012, s. 8)⁵.

STRATEGICZNOŚĆ COACHINGU MENEDŻERSKIEGO

W organizacji zachodzą zarówno procesy podstawowe, jak i pomocnicze. Pierwsze dotyczą produkcji bądź obsługi klienta, a drugie – zaopatrzenia albo obsługi administracyjnej. Wiadomo, że praca zatrudnionego w organizacji człowieka, uczestniczącego w procesach czy to jednego, czy drugiego typu, może być bardziej skuteczna i wydajna dzięki uczestnictwu w sesjach coachingowych i osobistemu zaangażowaniu w proces zmiany. Zdaniem M. Bennewicza

prawidłowe zdiagnozowanie sytuacji zarządczej, projektowej, obsługowej lub usługowej w organizacjach, oraz jasna komunikacja dotycząca tak metod, jak możliwych do uzyskania efektów pozwala zastosować coaching lub pokrewne modele jako umiejętną metodę w tych obszarach organizacyjnych oraz w taki sposób, który najefektywniej modyfikuje procesy organizacyjne przez postawę menedżera lub działania zespołu, który odbył coaching grupowy (Bennewicz, 2010, s. 68).

⁵ Temat ten dokładniej omówiono w innej pracy (Wujec, 2010).

Zgodnie z ujęciem M. Webera, samo „działanie oznacza ludzkie zachowanie (zewnętrzny lub wewnętrzny czyn, zaniechanie lub znoszenie), jeśli i o ile działający, bądź wielu działających, wiąże z nim pewien subiektywny sens” (Weber, 2002, s. 6)⁶. Projektem racjonalizatorskim może być dla organizacji właściwie każde rozwiązanie, które można wdrożyć. Jak bowiem wiadomo, „obszar do podejmowania racjonalnych działań z jednej strony kształtują potrzeby, a z drugiej możliwości ich spełnienia. Racjonalność to właśnie działania zmierzające do równoważenia tych dwóch stron” (Bernat, 2009, s. 10). Coaching jest szansą na podniesienie ogólnej skuteczności i efektywności prowadzonych przez organizację działań. Jeśli przyjąć, że „efektywna organizacja to taka, która osiąga (lub przekracza) zakładane rezultaty przy wykorzystaniu dostępnych zasobów” (Filipowicz, 2014, s. 17), to można twierdzić, że coaching umożliwia zwiększenie efektywności przedsiębiorstwa. „Miarą efektywności organizacji i jej powodzenia jest przede wszystkim zdolność do przetrwania na rynku i przystosowania się do zachodzących zmian” (Pierścieniak, 2011, s. 340). W efektywnie działającej organizacji potencjał zatrudnianych w niej pracowników jest odpowiednio wykorzystywany. Z racji niesztampowego charakteru proces coachingu bardzo dobrze sprawdza się w przypadku pracy z tak zwanymi talentami w organizacji. Tutaj najważniejsza okazuje się swoboda w wyborze decyzji, nad którym obszarem osoba realizująca powierzone jej zadania chce pracować.

Z coachingu korzysta przede wszystkim kadra zarządzająca i menedżerska. Jak pisze B. Wujec

executive coaching jest praktycznym procesem rozwoju menedżera, prowadzącym do osiągnięcia wymiennie określonych osobistych celów, które wspierają rozwój organizacji. Ma on formę indywidualnych spotkań, bazujących na faktach czerpanych z wielu perspektyw i opartych na zaufaniu i szacunku. Organizacja, menadżer i coach pracują jako partnerzy, aby osiągnąć maksimum efektu na podstawie formalnie ustalonej umowy coachingowej (Wujec, 2012, s. 24).

Executive coaching pomaga menedżerom w budowaniu adekwatnych planów działań i w świadomym zarządzaniu. Strategiczny charakter *executive coachingu* polega na rozwijaniu behawioralnej elastyczności kadry menedżerskiej, która jest niezbędna we współczesnym świecie biznesu (Majka, 2011). Wiele racji ma Z. Brzeziński, twierdząc:

I choć w *executive coachingu* chodzi o to, aby wspomóc przede wszystkim osiągnięcie celów

⁶ Według M. Webera istnieje cztery rodzaje działań i zachowań: 1) działania racjonalne ze względu na cel (racjonalno-celowe, *zweckrationales Handeln*), 2) działania racjonalne ze względu na wartości (racjonalno-wartościowe, *wertrationales Handeln*), 3) zachowania afektywne (emocjonalne, *affektuelles Verhalten*) oraz 4) działania tradycyjne (*traditionelles Verhalten*), przy czym wszystkie te działania to typy idealne (Weber, 2002).

biznesowych, to jednak – przy dobrym poprowadzeniu procesu – klient powinien odczuwać także bardzo konkretne i pozytywne zmiany związane również ze sferą pozazawodową; w wielu przypadkach bowiem coaching rzutuje na sposób działania człowieka także w sferze prywatnej; poprawia się ogólnie jakość życia klienta we wszystkich sferach. To oczywiście skutek uboczny, ale w znaczący sposób wpływający na całokształt funkcjonowania menedżera (Brzeziński, 2010, s. 113).

W trakcie procesu coachingu biznesowego nierzadko dochodzi więc do konfrontacji z osobistymi wyzwaniem. W tym miejscu można wrócić do opisanego przypadku menedżera zespołu sprzedażowego, który dzięki procesowi uświadomił sobie, że ma skłonności do narzucania własnego tempa innym ludziom z jego otoczenia.

Coaching może być wykorzystywany jako jedna z metod budowania przywództwa, a także jako zespół narzędzi pracy z podwładnymi. Szczególnie ważnym elementem przy wykorzystywaniu coachingu jako procesu wspierającego rozwój organizacji jest bowiem docenianie oraz motywowanie do podejmowania kolejnych działań zatrudnionych w niej pracowników. Wiadomo, że osoby motywowane przez czynniki o charakterze również niematerialnym (pozytywna informacja zwrotna) dużo chętniej pracują, są bardziej zaangażowane w to, co robią, poziom ich identyfikacji z organizacją jest wyższy niż w przypadku osób, na które w ten sposób się nie oddziałuje. Według O. Rzyckiej

menedżer-coach powinien cechować się kombinacją pewności siebie, pokory i umiejętności dostosowania się, która pozwala mu docenić punkty widzenia i style funkcjonowania innych ludzi, a zarazem umożliwia efektywne działanie w mało perfekcyjnym, ambiwalentnym i często pełnym stresu świecie biznesu (Rzycka, 2010, s. 83-84).

Podobnie twierdzą A. Syrek-Kosowska i A. Chmiel:

Lider XXI wieku to menedżer, który oprócz kompetencji merytorycznych, wiedzy, kwalifikacji zawodowych, doświadczenia biznesowego posiada w najwyższym stopniu rozwinięte umiejętności tzw. miękkie, które umożliwiają stanie się charyzmatycznym przywódcą, budowanie satysfakcjonujących relacji interpersonalnych na każdym poziomie zarządzania. Wymaga to przede wszystkim wysokiej świadomości samego siebie, umiejętności i wiedzy, w jaki sposób podnosić swoje kompetencje w tych obszarach, oraz motywacji do stawiania sobie celów rozwojowych i konsekwentnej ich realizacji (Syrek-Kosowska, Chmiel, 2008, s. 8).

Niestety, zdarza się, że menedżerom towarzyszy obawa co do tego, że jeśli wejdą w rolę coacha, nie uda im się osiągnąć wytyczonych celów biznesowych.

W tym miejscu wypada odnotować, że w rolę coacha może wchodzić zarówno osoba spoza organizacji, jak i z jej wnętrza. Jeśli coaching prowadzony jest przez coacha spoza organizacji, mówimy o tak zwanym coachingu zewnętrznym (*external coaching*). Odpowiednio coachingiem wewnętrznym (*internal coaching*) będziemy nazywać

coaching prowadzony przez pracownika organizacji. Na ogół *internal coaching* prowadzony jest przez przełożonego, jakkolwiek istnieje też szczególna jego postać – *peer coaching*, to znaczy coaching koleżeński, czyli prowadzony przez współpracownika osoby coachowanej (Wujec, 2012). M. Armstrong uważa, że coaching jest najbardziej skuteczny wtedy, gdy może odbywać się w sposób nieformalny, a zatem gdy stanowi część normalnego procesu zarządzania bądź przywództwa (Armstrong, 2000). Ten sposób myślenia o coachingu jest bliski O. Rzyckiej, która wśród pozytywnych cech coachingu prowadzonego przez menedżera wymienia przede wszystkim świadomość menedżera odnośnie do wyników osiągniętych przez danego pracownika oraz świadomość odbioru tego ostatniego w firmie przez innych ludzi, a także ciągłość i dostępność relacji menedżer-coachowany pracownik, dzięki czemu interwencje mogą być szybkie – „na czas” (Rzycka, 2010). Można tutaj przywołać też wyniki badań przeprowadzonych przez J. Żukowską w 2010 roku na grupie 120 pracowników organizacji Alfa. Pracownicy reprezentowali różne działy i wszystkie szczeble struktury organizacyjnej firmy. Okazało się, że 35% pracowników wykazało wrodzone cechy coacha, 55% miało predyspozycje do pełnienia tej funkcji, przy czym potrzebowało rozwoju kompetencji coachingowych, i tylko 10% nie powinno było wchodzić w rolę coacha. Ponadto 65% osób wykazało zdolności mentora lub doradcy (Żukowska, 2010).

ELEMENTY NAUK O ZARZĄDZANIU W COACHINGU

Coaching posiada interdyscyplinarne zaplecze, wyrasta między innymi z nauk o zarządzaniu. Za główne narzędzie radzenia sobie z ryzykiem prowadzonej działalności, a więc za kluczową składową zarządzania, uważa się czynność planowania, inaczej określaną mianem projektowania przyszłości. Coach jest towarzyszem, przy którym można spokojnie przyjrzeć się różnym wariantom przyszłości, można spróbować ją właśnie „zaprojektować”. W efekcie coachingu dochodzi do poszerzenia pola tego, co racjonalne w działaniu klienta. Inaczej racjonalną działalność jednostki można określić jako działalność świadomą i celową. W przypadku racjonalnego podejmowania działań w samej organizacji może chodzić na przykład o prognozowanie stanów przyszłych (strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem), identyfikację czynników sprzyjających wzrostowi wartości przedsiębiorstwa czy wreszcie o skrócenie czasu reakcji na zachodzące zdarzenia, a więc o elastyczność zarządzania przedsiębiorstwem (Bernat, 2009). Coach jest w stanie pomóc klientowi odkryć obszary, których on sam nie poddał jeszcze namysłowi.

Choć wysoki poziom świadomości jest potrzebny do osiągnięcia wysokich wyników, mamy w sobie pewien mechanizm, który próbuje obniżyć naszą świadomość do poziomu „nie więcej

niż trzeba”. Cechą coacha jest umiejętność zwiększania i utrzymywania świadomości na takim poziomie oraz w tych obszarach, w których jest ona potrzebna (Szewczyk, 2014, s. 135).

Coaching jest zatem formą pomocy danej jednostce we wzmacnianiu bądź udoskonalaniu działania poprzez pogłębioną refleksję nad tym, w jaki sposób stosuje ona konkretną wiedzę lub umiejętność czy kompetencję (Thorpe, Clifford, 2004). Coaching jest po prostu określonym sposobem docierania do sedna sprawy nurtującej klienta.

Nauki o zarządzaniu przyniosły ze sobą model zwany modelem racjonalnego podejmowania decyzji. Chodzi tutaj o proces, który umożliwia „rozpoznanie i wybór określonego kierunku działania, prowadzącego do rozwiązania konkretnego problemu lub do wykorzystania pojawiającej się okazji” (Stoner, Freeman, Gilbert jr, 2001, s. 238). Model racjonalnego podejmowania decyzji okazuje się szczególnie przydatny w zderzeniu z sytuacjami nietypowymi, które wymagają podjęcia tak zwanych nieprogramowanych decyzji, co nie jest zadaniem łatwym ani rutynowym, nie opiera się na doświadczeniu czy realizacji określonej procedury. Użyteczność modelu sprowadza się do minimalizacji ryzyka związanego ze skutkami tego czy innego wyboru poprzez rozważenie wielu możliwości oraz wskazanie tej, która ma szansę zapewnić w najwyższym stopniu powodzenie. Kolejnymi etapami aktywności zakładanymi w modelu racjonalnego podejmowania decyzji są: analiza sytuacji, kreatywne poszukiwanie możliwych rozwiązań, ocena tych ostatnich oraz wybór najlepszego, wdrażanie decyzji wraz z monitoringiem jej skutków (Brdulak, 2005).

Podczas modelowego etapu pierwszego – szczegółowego badania sytuacji – dochodzi do zdefiniowania problemu oraz ustalenia jego przyczyn, a także określenia celów podjęcia decyzji. W tym miejscu należy podkreślić, że właściwie skonstruowany i moderowany proces coachingu rozpoczyna się właśnie od ustalenia celu w odniesieniu do całego procesu; później wyznacza się cele na kolejne sesje. W wyniku pogłębionej analizy odchyień od założonego planu bądź dotychczasowych osiągnięć, albo też informacji płynących od innych ludzi (partnerów biznesowych, klientów etc.) otrzymuje się jasno i precyzyjnie sformułowany problem. Co istotne, problem ten przy wsparciu coacha zostaje w dalszych krokach przeformułowany w wyzwanie. Ustalanie przyczyn problemu schodzi na plan dalszy.

W wyniku zbadania sytuacji może się okazać, że firma wykonuje nieproduktywne działania i w związku z tym ponosi straty, czyli na przykład – odnosząc się tylko do części tych, które wymienia prekursor *Lean Management* (tak zwane odchudzone/szczupłe zarządzanie), T. Ohno – wzrasta zapas niezamówionych gotowych wyrobów, wytworzonych w oderwaniu od popytu; w wyniku niewłaściwej organizacji pracy oraz braku pewnych standardów, w poszukiwaniu pomocy, instrukcji albo narzędzi ludzie przemieszczają się w czasie pracy (Ohno, 2008). Przypomnijmy, że *Lean Management*

rozwinął się na bazie zasad i narzędzi systemu produkcyjnego Toyoty Motor Company⁷; jest to koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem, którą szczególnie chętnie wykorzystuje się w procesie restrukturyzacji. Analiza stanu organizacji przynosi odpowiedź na pytanie, które cechy produktu tworzą wartość dodaną z punktu widzenia klienta, a więc za co jest on w stanie zapłacić. Określenie, co klient uznaje za wartość w produkcie lub usłudze, pozwala eliminować marnotrawstwo (*mudy*). Podkreśliśmy, że warunkiem utrzymania *Lean Management* jest tak zwane ciągle doskonalenie (*continuous improvement*) wszystkich procesów zachodzących w organizacji. Z narzędzi *Kaizen* z chęcią zaś korzystają coachowie.

Na kolejnym etapie wykorzystuje się rozmaite metody heurystyczne pozwalające na poszukiwanie twórczych rozwiązań tego, co zostało zidentyfikowane jako problem, i co charakterystyczne – poszukiwanie to nie jest jeszcze obarczone oceną. Moderatorzy procesu coachingu mogą korzystać na przykład z technik rozwiązywania problemów kojarzonych właśnie z *Lean Management*, czyli stworzonej przez Sakichiego Toyodę metody 5 razy „dlaczego” (5 *Why*, 5W) albo diagramu Ishikawy (diagram przyczyn i skutków – *cause and effect diagram*, diagram ryby/diagram rybiej ości – *fishbone diagram*, diagram drzewa błędów).

Ocena pojawia się dopiero na trzecim etapie. Wtedy też dochodzi do wyboru najlepszego rozwiązania. Na tym etapie pomocne są pytania o to, czy rozważana możliwość jest realna, czy jest rozwiązaniem zadowalającym, a także o to, jakie są możliwe konsekwencje podjęcia określonej aktywności (wdrożenia tej właśnie możliwości) dla pozostałych części systemu, jakim jest organizacja. Idzie więc o to, aby odpowiedzieć sobie na kluczowe pytanie, czy organizacja posiada zasoby konieczne do wdrożenia danego rozwiązania, aby oszacować szanse powodzenia możliwości, wreszcie o to, aby przewidzieć, w jaki sposób zmiany wprowadzone w jednym obszarze wpłyną na pozostałe elementy całości – należy bowiem pamiętać, że organizacja jest systemem rządzącym się prawami właściwymi każdemu systemowi. Na etapie rozważania kilku wariantów w ściśle określonym czasie oraz oceny możliwych rozwiązań problemu dochodzi do ich hierarchizacji (Stoner, Freeman, Gilbert jr, 2001). Niezmiernie ważne jest podjęcie zabiegu określenia możliwych ograniczeń w realizacji wyznaczonych celów, zagrożeń i ryzyk z tym związanych.

⁷ Stąd też w literaturze anglojęzycznej wspomniany nowy system produkcji najczęściej określany bywa mianem *Toyota Production System* – TPS (System Produkcyjny Toyoty). Dwa filary TPS to system dostaw dokładnie na czas – produkcja w systemie ssącym (*just in time*, JIT) – oraz autonomizacja (*Jidoka*, *autonomation*), czyli zaprojektowanie systemów produkcyjnych w taki sposób, by móc wykrywać i eliminować błędy bądź odchylenia od przyjętych standardów. W Polsce *Lean Management* stosują takie przedsiębiorstwa, jak Opel, Volkswagen, Volvo, Whirlpool, Phillips czy Gillette.

Zgodnie z modelem racjonalnego podejmowania decyzji, gdy zostanie wybrane najlepsze rozwiązanie, wyznacza się odpowiedzialne za jego wdrożenie osoby, przydziela się im konieczne zasoby, opracowuje się plany oraz harmonogramy. Do tego dochodzi ewaluacja – kontrola wdrożenia decyzji, a także sprawozdania z realizacji powierzonych zadań. Jest to podstawa do ewentualnych korekt planu. Monitoring założeń i efektów jest więc niczym innym jak źródłem doskonalenia w przyszłości (O’Neill, 2005).

W tym kontekście można powiedzieć, że proces coachingu ma za zadanie umożliwić bardziej efektywne rozwiązywanie problemów. Tam, gdzie pożądana jest zmiana w wykonywaniu zadań przez pracowników, może wpłynąć na podniesienie na wyższy poziom ich wydajności (Szulc, 2008). Mówiąc ogólnie: w coachingu podkreśla się znaczenie wskazania bycia realistą w oglądzie sprawy, ale też wykształcenia w sobie umiejętności wykorzystywania wszelkich nadarzających się okazji. Określanie tak zwanej rzeczywistości oznacza określenie stanu aktualnego oraz definicję maksymalnie wielu zasobów, które mogą zostać wykorzystane przez klienta procesu.

Strategiczne zarządzanie organizacją jest dziś niezmiernie ważne. Mając na uwadze możliwość pojawienia się grupy czynników wymykających się rachunkom analitycznym, podkreśla się konieczność sprzęgnięcia zarządzania finansami przedsiębiorstwa z zarządzaniem strategicznym (Bernat, 2009). U podstaw tego rodzaju zarządzania tkwi misja. Coaching spełnia tutaj swoją rolę bardzo dobrze. Klientom coachingu relatywnie łatwo przychodzi też liczenie się z czynnikami wpływającymi na opłacalność przedsięwzięcia, co ma ogromne znaczenie w przypadku podejmowania zyskowych decyzji inwestycyjnych.

COACHING I KULTURA ORGANIZACYJNA FIRMY

Kultura organizacyjna oznacza zbiór wartości, postaw, wierzeń oraz oczekiwań podzielanych przez większość członków danej organizacji (Szaban, 2007). Nie można zapominać o tym, że

coaching bardzo silnie działa w odniesieniu i w związku z kulturą organizacyjną. Inne zadania pojawiają się tam, gdzie potrzeba motywacji do zmiany, a inne tam, gdzie trzeba budować np. spójną kampanię nowego produktu; jeszcze inne tam, gdzie następuje wdrożenie nowej linii produkcyjnej; start projektu; badanie postaw pracowniczych. Coach może elastycznie reagować na aktualne potrzeby organizacji i konkretnego menedżera, a także w wersji coachingu grupowego – na sposób działania całych zespołów, działów, a nierzadko zarządów firm. [...] W jednych firmach będzie to zarządzanie zmianą, w innych wdrażanie nowych produktów, np. internetowych. Coach zawsze jest jednak facylitatorem i moderatorem. Nie zajmuje stanowiska formalnego i merytorycznego, działa raczej jako wspierający katalizator; jako nawigator procesów

udzielający feedbacku; informujący o procesie komunikacyjnym lub przeszkodach w drodze do celu (Bennewicz, 2010, s. 69).

Wprowadzanie działań coachingowych do firmy wymaga zatem właściwego rozpoznania i pracy nad jej kulturą organizacyjną. Niezbędne jest budowanie świadomości tego, czym jest coaching równoległe do rozbudzania zaufania do narzędzi coachingowych.

W jakich organizacjach coaching sprawdza się najlepiej? Można powiedzieć, że w tych firmach, których kultura organizacyjna koncentruje się wokół idei tak zwanej organizacji uczącej się. Tego rodzaju organizacja jest otwarta na zdobywanie i wymianę doświadczeń. Również w Polsce coraz częściej organizacje stosują zaawansowane modele coachingowe, polegające na syntezie audytu z informacjami zwrotnymi dla różnych szczebli przedsiębiorstwa oraz ustalania celów kaskadowych. Powiada się, że taka organizacja „uczy się siebie samej z udziałem zewnętrznych coachów” (Bennewicz, 2010, s. 71). Bez wątplenia, coaching preferowany jest w tych firmach, dla których najbardziej wartościowym „zasobem” są ludzie, a „im bardziej dojrzały jest biznes, tym bardziej musi otworzyć się na ludzi, ich zasoby, pomysłowość, emocje, oddziaływanie na ludzi” (Włodarski, 2010, s. 88). Coaching dobrze funkcjonuje w firmach, które zarządzane są przez kompetencje. Pomoc w podejmowaniu racjonalnych decyzji jest celem tak zwanej mapy kompetencji, która powstaje w ten sposób, że przygotowywane są profile kompetencyjne pracowników organizacji, a następnie uzupełnia się je o diagnozę talentów dla każdego stanowiska i dostępność innych profili kompetencyjnych.

Pierwszym zadaniem coacha pracującego na poziomie kompetencyjnym jest wsparcie klienta w rozumieniu tego, jakich umiejętności potrzebuje, aby wypełniać swoją funkcję zawodową. Porównanie stanu oczekiwanego z obecnym stanem powinno dostarczyć informacji o oczekiwanych zmianach, następnie kolejnym krokiem będzie zaprojektowanie procesu i realizacji uczenia się (Szewczyk, 2014, s. 128).

Organizacja, w której wprowadza się coaching, to bez wątplenia organizacja elastyczna. Przejawem elastyczności organizacji jest przyzwalanie na popełnianie błędów przez jej pracowników. Błędy traktowane są jako szansa do rozwoju i doskonalenia organizacji. Elastyczna organizacja stwarza swoim pracownikom wiele możliwości do eksperymentowania, testowania nowych rozwiązań. Dzięki temu pracownicy zdobywają cenne doświadczenia, a przede wszystkim chętnie podejmują inicjatywy.

Jednocześnie trzeba mieć na względzie to, że cennik usług świadczonych na rynku europejskim i światowym przez profesjonalnych coachów nadal jest tak wysoki, że procesem tym najczęściej mogą być objęci tylko kluczowi pracownicy organizacji, czyli takie osoby, które są objęte organizacyjnym planem awansu lub sukcesji, względnie zostają uznane za kluczowe dla przyszłości firmy. Do pewnego stopnia jest to więc ograniczenie możliwości implementacji tego rodzaju wsparcia rozwoju w biznesie

(Stajszczak, Wujec, 2011), a dla tego typu coachingu istnieje już nawet nazwa własna – *high-potential coaching* (Wujec, 2012). Mając na uwadze koszty związane z prowadzeniem procesu, wciąż część firm patrzy na coaching jako na rozwiązanie uniemożliwiające podjęcie innych działań rozwojowych. Tymczasem świadomość znaczenia procesu coachingu dla funkcjonowania organizacji pozwala prognozować dodatkowe jej zyski lub ograniczenie kosztów.

Przy okazji warto wspomnieć o innych ograniczeniach aplikacyjnych coachingu. Przede wszystkim główna trudność w zastosowaniu coachingu w organizacji polega na tym, że niemal w każdej firmie znajdzie się osoba, która będzie starała się unikać odpowiedzialnego podejmowania własnych inicjatyw, a zamiast tego będzie preferowała korzystanie z gotowych recept. Dalej, coaching nie spełni swej roli, gdy będzie stosowany interwencyjnie jako zespół narzędzi rzekomo pomocnych osobom z oznakami wypalenia zawodowego. Należy uważać też na to, w jaki sposób wdraża się coaching w firmie. Jeśli bowiem dojdzie do błędnego zastosowania narzędzi coachingowych, może skończyć się to utratą zaufania pracowników, a także ich demotyacją. Dlatego też należy zachować czujność w przypadku chęci zarządzania w stylu coachingowym. Prowadzenie procesu coachingowego wymaga bowiem określonej postawy, wiedzy oraz znajomości odpowiednich narzędzi.

PODSUMOWANIE

W dyskusjach dotyczących racjonalnego funkcjonowania organizacji podejmuje się zagadnienie implementacji środków zmierzających do usprawnienia owej działalności. Na poprawę efektywności organizacji można wpływać różnymi czynnikami. Jednym z takich środków jest coaching. Jest to środek w pełni odpowiadający dążności do przystosowywania się organizacji do ulegających permanentnym zmianom warunkom wewnętrznym i zewnętrznym jej funkcjonowania, czyli racjonalności (Bernat, 2009; Wujec, 2012). Jest to, dalej, środek skuteczny, a jego skuteczność ma swe źródła w rozwijaniu świadomości wpływu na cele, jakie stawia sobie organizacja. Pracownik uzmysławia sobie znaczenie, jakie ma jego aktywność w przedsiębiorstwie, wyraźnie uzmysławia sobie siłę, z jaką może na własną firmę oddziaływać. Efekty coachingu najszybciej widać w przełożeniu na zaangażowanie coachowanego pracownika i wzrost jego motywacji. Jeśli chodzi o korzyści, jakie coaching może przynieść organizacji, w której jest prowadzony, mówi się ponadto o wzroście kreatywności, wydajności, lepszym wykorzystaniu potencjału zespołu, ułatwieniu akceptacji zmian stylów zarządzania, wzmocnieniu bądź poprawie relacji interpersonalnych. Należy podkreślić, że efektywność i trwałość efektów coachingu jest bardzo wysoka, co zasadniczo odróżnia coaching od interwencji opisanych we wstępie niniejszego tekstu.

Rozważając wprowadzenie programu coachingowego w organizacji, trzeba mieć świadomość tego, że adresatami coachingu mogą być osoby posiadające już określony zasób wiedzy merytorycznej lub pewne doświadczenia praktyczne w środowisku biznesowym, gdyż tak zwany czysty coaching nie zawiera elementów doradczych czy edukacyjnych w sensie ścisłym. Jeśli jednak okaże się, że zachodzi potrzeba uzupełnienia wiedzy menedżera, można wprowadzić do procesu coachingowego pewne elementy minitreningu (Wujec, 2012). Coach pracujący dla biznesu może zatem znać środowisko i merytorykę pracy swego klienta, ale posiadanie doświadczenia biznesowego nie jest tutaj warunkiem koniecznym.

Dodajmy, że coaching ma sens jedynie wtedy, gdy prowadzony jest w sposób przemyślany, systematyczny oraz gdy jest uwzględniony jako element kultury organizacyjnej firmy. Tak prowadzony ma szansę przynieść oczekiwane efekty dla jednostki, zespołu oraz całej organizacji. Celem wdrażania racjonalizatorskich działań coachingowych w organizacji jest usprawnienie pracy oraz efektywne gospodarowanie czasem. Wprowadzenie programu coachingowego w organizacji przynosi organizacji wymierne korzyści. Również w perspektywie długofalowej coaching jest procesem istotnie przyspieszającym rozwój organizacji.

LITERATURA

- Armstrong, M. (2000). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Tłum. A. Unterschütz i in. Kraków: Oficyna Ekonomiczna. Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych ABC.
- Bennewicz, M. (2010). Od indywidualnego rozwoju menedżerskiego do coachingu systemowego organizacji. *Coaching Review*, 1, 56-86.
- Bernat, P. (2009). Wstęp. W: P. Bernat, *Racjonalność w funkcjonowaniu organizacji. Gospodarka – społeczeństwo*. Nysa: Oficyna Wydawnicza PWSZ, 5-12.
- Brdulak, J.J. (2005). *Zarządzanie wiedzą a proces innowacji produktu. Budowanie przewagi konkurencyjnej firmy*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Brzeziński, Z. (2010). Executive coaching w czasach kryzysu i zmian, czyli o metodzie dążenia do doskonałości przez menedżerów wyższego szczebla w każdych czasach. *Coaching Review*, 1, 108-122.
- Filipowicz, G. (2014). *Zarządzanie kompetencjami. Perspektywa firmowa i osobista*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Holliday, M. (2006). *Coaching, mentoring i zarządzanie*. Tłum. M. Głogowska. Gliwice: Helion.
- Krzyżanowski, L. (1999). *O podstawach kierowania organizacjami inaczej: paradygmaty, filozofia, dylematy*. Warszawa: PWN.
- Majka, A. (2011). Coaching menedżerski jako metoda rozwoju kapitału ludzkiego na przykładzie firmy Deloitte. *Coaching Review*, 1, 117-132.
- Muszyński, M., Wrona, M. (2014). Teoria uczenia się egzystencjalnego i transformatywnego. Możliwości wykorzystania wiedzy andragogicznej w praktyce coachingowej. *Coaching Review*, 1, 30-59.
- Nowa encyklopedia powszechna* (1999). 5. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Ohno, T. (2008). *System produkcyjny Toyoty. Więcej niż produkcja na dużą skalę*. Tłum. M. Wąsiel. Wrocław: ProdPress.com.
- O'Neill, M.B. (2005). *Coaching dla kadry menedżerskiej. Siła i wrażliwość coacha w systemowym podejściu do problemów w zarządzaniu*. Tłum. A. Sawicka-Chrapkowicz. Poznań: Rebis.
- Pierścieniak, A. (2011). Efektywność rozwiązań organizacyjnych w instytucjach publicznych. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 20, 336-348.
- Rogers, J. (2010). *Coaching. Podstawy umiejętności*. Tłum. K. Konarowska, D. Porązka. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Rzycka, O. (2010). Menedżer jako coach, czyli o coachingowym stylu zarządzania. *Coaching Review*, 2, 65-89.
- Smółka, P. (2008). *Kompetencje społeczne. Metody pomiaru i doskonalenia umiejętności interpersonalnych*. Kraków-Warszawa: Wolters Kluwer.
- Stajszczyk, A., Wujec, B. (2008). ROI z inwestycji w coaching, <http://inspired.pl/roi-z-inwestycji-w-coaching/>, 2.01.2017.
- Stajszczyk, A., Wujec, B. (2011). Pomiar efektywności projektów rozwoju kadr w przedsiębiorstwach. Perspektywa finansowa. *Coaching Review*, 1, 102-116.
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E., Gilbert, D.R. jr (2001). *Kierowanie*. Tłum. A. Ehrlich. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Syrek-Kosowska, A. (2008). Jak wykorzystasz coaching operacyjny, by lepiej zarządzać działem sprzedaży?. *Wiedza i Praktyka*, 9, <http://www.csipb.pl/index.php?page=jak-wykorzystasz-coaching-operacyjny-by-lepiej-zarzadzac-dzialem-sprzedazy-1>, <http://www.csipb.pl/index.php?page=jak-wykorzystasz-coaching-operacyjny-by-lepiej-zarzadzac-dzialem-sprzedazy-2> [dostęp: 2.01.2017].
- Syrek-Kosowska, A., Chmiel, A. (2008). Rozwój kompetencji menedżerskich w firmie Hager Polo – studium przypadku. *Personel i Zarządzanie*, 5, 24-28.
- Szaban, J.M. (2007). *Zachowania organizacyjne. Aspekt międzykulturowy*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szewczyk, A. (2014). Wykorzystanie coachingu w rozwoju kompetencji menedżerskich w organizacji. *Coaching Review*, 1, 117-136.
- Szulc, W. (2008). *Coaching – misja życia*. Gliwice: Wydawnictwo Złote Myśli.
- Thorpe, S., Clifford, J. (2004). *Podręcznik coachingu. Kompendium wiedzy dla trenerów i menedżerów*. Tłum. A. Sawicka-Chrapkowicz. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
- Weber, M. (2002). *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*. Tłum. D. Lachowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wilczyńska, M., Nowak, M., Kučka, J. (2013). *Moc coachingu. Poznaj narzędzia rozwijające umiejętności i kompetencje osobiste*. Gliwice: Helion.
- Włodarski, W., (2010). Przestrzeń zarządzania i wpływu na ludzi. *Coaching Review*, 1, 87-107.
- Wujec, B. (2010). Coaching relacji międzykulturowych. *Coaching Review*, 2, 35-48.
- Wujec, B. (2012). Geneza i definicje coachingu. *Coaching Review*, 4, 4-28.
- Żukowska, J. (2010). Coaching jako narzędzia wpierające rozwój organizacji. W: A. Kaleta, K. Moszkowicz (red.), *Zarządzanie strategiczne w praktyce i teorii*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 572-578.

COACHING JAKO PROCES WSPIERAJĄCY RACJONALNE DZIAŁANIE ORGANIZACJI

STRESZCZENIE: Artykuł poświęcony jest coachingowi – jednej z nowych i dynamicznie rozwijających się metod wspierających funkcjonowanie organizacji. Stosowanie coachingu jest szansą na podniesienie ogólnej skuteczności i efektywności prowadzonych przez organizację działań. Podczas kolejnych sesji coachingowych rozważane są propozycje konkretnych rozwiązań; do zidentyfikowanych potrzeb próbuje się dobrać adekwatne środki. Przyczyniając się do rozwoju poszczególnych pracowników, coaching jednocześnie wspiera rozwój całej organizacji. Proces coachingu może wzmocnić organizację poprzez kształtowanie odpowiednich postaw. Również w perspektywie długofalowej jest to proces przyspieszający rozwój organizacji.

SŁOWA KLUCZOWE: coaching, organizacja, racjonalne działanie, zmiana, rozwój.

COACHING AS A SUPPORT PROCESS OF RATIONAL ACTION OF THE ORGANIZATION

SUMMARY: The article is devoted to coaching – one of the new and dynamic developing methods supporting the functioning of the organization. Coaching is an opportunity to enhance the overall efficiency and effectiveness of the organization's activities. During the subsequent coaching sessions are considered concrete proposals for solutions; the identified needs are trying to choose the appropriate measures. Contributing to the development of individual employees, coaching at the same time supports the development of the entire organization. The process of coaching can strengthen the organization through the development of appropriate attitudes. Also in the long term it is the process of accelerating the development of the organization.

KEYWORDS: coaching, organization, rational action, change, development.

ARTUR DOLIŃSKI
Uniwersytet Zielonogórski

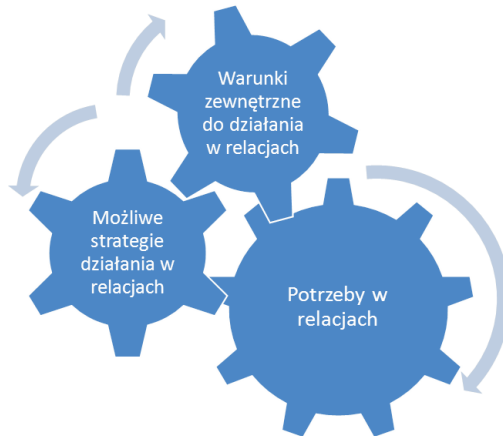
MODYFIKACJA STYLU RELACYJNEGO I STRATEGII ROZWIĄZYWANIA SYTUACJI TRUDNYCH W OBSZARZE ZAWODOWYM – KOMUNIKAT Z BADAŃ

Na korytarzu jednej z dużych korporacji krzyki i trzaskanie drzwiami. W oddali korytarza słychać odgłosy klótni. Pracownicy chowają się po swoich biurach i rzucają się w wir pracy. Każdy niby wie, co ma robić, ale w takich sytuacjach nic nie jest proste. Słysząc nieśmiało komentarze, że to szef się zdenerwował. Czasem tak ma, nie radzi sobie ze stresem, ale to chyba też jest tak, że nie radzi sobie z ludźmi, a może ze samym sobą? Słysząc nieśmiało porady... trzeba zachować spokój, za chwilę ucichnie i będzie można normalnie pracować.

Andrzej, uczestnik szkolenia

WSTĘP

Opis sytuacji podanej na wstępie niniejszego artykułu został zaczerpnięty z prac wykonanych przez uczestników szkolenia, które prowadzono w jednej z bardzo dużych korporacji. W związku z tym, że cykl szkoleń dla kierowników i pracowników liniowych miał dotyczyć sytuacji trudnych w relacjach w obszarze zawodowym, jego uczestnicy zostali poproszeni o „napisanie widokówki” z ich trudnych sytuacji relacyjnych. Takich zjawisk, jak opisane powyżej, w polskich firmach jest wiele. Czy stanowią standard życia korporacyjnego, czy są epizodem w coraz bardziej profesjonalizującej się przestrzeni kultur organizacyjnych firm? Pytanie to stało się kanwą do poszukiwań



Ryc. 1. Definicja sytuacji w przestrzeni pracy

Źródło: opracowanie własne.



Strategie (Kilmann, Thomas, 1978)

- Unikanie (*lose by leaving/win*)
- Uleganie (*lose/win*)
- Rywalizacja/walka (*win/lose*)
- Kompromis (*mini-win/mini-lose*)
- Kooperacja/współpraca (*win/win*)



Kultura organizacyjna (Pettigrew, 1979)

- system norm społecznych, obyczajowych
- preferowane wartości
- styl kierowania i zarządzania



Zdefiniowane jako potrzeby z różnych osi kontinuum

- potrzeba zaangażowania emocjonalnego
bliskość relacyjna vs dystans relacyjny
- potrzeba jasnej przestrzeni akceptowalnych zachowań
uświadomione granice vs nieuświadomione granice
- potrzeba zrozumienia i akceptacji
empatia vs brak empatii

Ryc 2. Komponenty sytuacji relacyjnych w przestrzeni pracy

Źródło: opracowanie własne.

badawczych, a niniejszy tekst jest jedną z perspektyw spojrzenia na problem trudnych sytuacji relacyjnych i sposobów radzenia sobie z nimi czy też w nich. Kolejne pytanie dotyczyło tego, jakie style relacyjne i jakie strategie rozwiązywania trudnych sytuacji relacyjnych przyjmują badane osoby? Ciekawe było również zbadanie tego, na ile proces szkoleniowy i nauka modelowych rozwiązań w sytuacjach trudnych przyczyniały się do zmiany stylu relacyjnego?

Rozważania należałoby rozpocząć od zbudowania wymiaru definicyjnego eksplorowanego problemu. Kluczowe w niniejszym artykule wydaje się pojęcie sytuacji. Sytuacja człowieka to

układ jego wzajemnych stosunków z innymi elementami jego środowiska w określonym momencie czasu [...]. Obejmuje ona elementy otoczenia człowieka wraz z nim samym, takie, jakimi one są obiektywnie i w obiektywnych stosunkach wzajemnych i takie, jakimi spostrzegają je ludzie uczestniczący w tej sytuacji (nie tylko sam podmiot sytuacji) (Tomaszewski, 1979, s. 17, 22).

„Jeżeli ludzie definiują sytuacje jako realne, stają się one realne w swoich następstwach” (Thomas, Thomas 1928, s. 572). Autor zakłada, że opis rzeczywistości obserwowanej z zewnątrz jest z punktu widzenia podmiotu mniej istotny niż znaczenie, które on sam jej przypisuje. I ten subiektywnie zinterpretowany układ warunków stanowi sytuację danej jednostki w danej chwili. To definicyjne spojrzenie wydawało się istotne z uwagi na eksplorowany problem. Pojęcie sytuacji do nauk społecznych wprowadzili W.I. Thomas i F. Znaniecki (1976).

Trudne sytuacje w literaturze przedmiotu zyskały wiele definicji. Pisał o nich T. Tomaszewski (1982), J. Kisielnicki (2008), H. Simon (2007) czy też M. Ścigała (2013).

W wyniku odniesień do literatury przedmiotu podjęto próbę zoperacjonalizowania pojęcia sytuacji trudnej, tak by odnosiło się ono do przedmiotu zainteresowania w niniejszej pracy.

OPERACJONALIZACJA POJĘCIA SYTUACJI TRUDNEJ RELACYJNIE W ODNIESIENIU DO PERSPEKTYWY BADAWCZEJ

Na definicję sytuacji trudnej składają się trzy komponenty. Pierwszy odnosi się do określenia potrzeb w relacjach. Drugi komponent związany jest z możliwymi strategiami działania w relacjach. Trzeci natomiast odnosi się do warunków działania, w których zachodzą relacje. O sytuacji trudnej można zatem mówić wówczas, kiedy naruszona zostaje równowaga pomiędzy tymi trzema komponentami. Poniższy diagram prezentuje ujęcie sytuacji trudnej w aspekcie prowadzonych badań. Zauważyć należy również, że sytuacje trudne mogą mieć bardzo subiektywny wymiar

interpretacji i pewnie należy je rozpatrywać kontekstowo. Ludzie różnią się pod względem potrzeb dotyczących relacji interpersonalnych. Fakt tych subiektywnie interpretowanych potrzeb będzie stanowił problem dookreślenia tego, czym jest obiektywnie istniejąca sytuacja trudna. Stąd też na diagramie komponent potrzeb człowieka został wyróżniony jako wiodący.

OPERACJONALIZACJA POJĘCIA STYL RELACYJNY ORAZ STRATEGIA DZIAŁANIA W ODNIESIENIU DO PERSPEKTYWY BADAWCZEJ

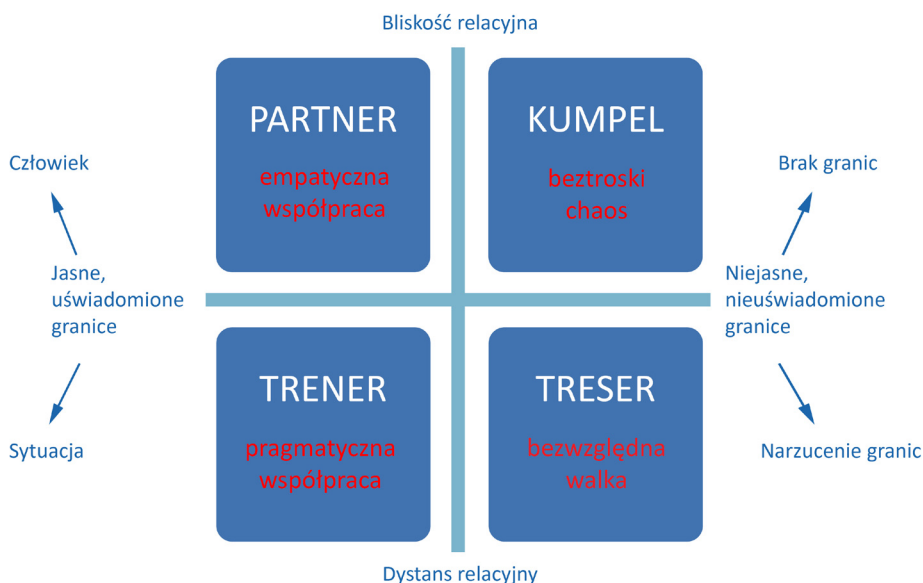
W większości przypadków w literaturze przedmiotu znajdujemy odniesienia do tego, iż styl zarządzania jest wynikiem głównie przestrzeni, którą określamy mianem kultury organizacyjnej (Bratnicki, Dyduch 2002; Bratnicki, red. 2003; Dyduch 2005).

W definicji stylu relacyjnego starano się uwzględnić komponenty tworzące sytuację. W wyniku analizy literatury przedmiotu, własnych doświadczeń szkoleniowych oraz badawczych zaproponowano autorskie ujęcie stylu relacyjnego. Inspiracją było spojrzenie K. Blancharda (2012), lecz nie odpowiadało ono w pełni temu, co zaobserwowano w rzeczywistości korporacyjnej. Podjęto zatem próbę autorskiego ujęcia tego zagadnienia. Styl relacyjny, a także strategię działania można opisać na dwóch osiach kontinuum. Pierwsza odnosi się do potrzeby zaangażowania emocjonalnego w relacje w obszarze zawodowym. Można ją analizować w wymiarze bliskości relacyjnej lub dystansu relacyjnego oraz pewnych warunków do realizacji działań, które odnoszą się do stanowienia granic i wymagań, co do akceptowalnych zachowań. Ta oś kontinuum rozciąga się od sytuacji jasnych i uświadomionych przez innych granic w relacjach i zachowaniach do niejasnych i nieuświadomionych granic zachowań czy też wymagań. W tej krańcowej postaci nieuświadomienie może prowadzić do rezygnacji z granic lub sytuacji siłowego narzucenia granic. W przypadku tworzenia granic uświadomionych przez ludzi punktem odniesienia dla tych granic może być inny człowiek lub sytuacja, w której się on znajduje. Poniżej przedstawiono autorski, teoretyczny model stylów relacji i strategii działania.

Styl partnerski – charakteryzuje skoncentrowanie na drugiej osobie, na jej przeżyciach, emocjach i sytuacji, ale przy jednoczesnej umiejętności stawiania granic w tej relacji. W stylu partnerskim, kiedy wyznaczana jest granica akceptowalnych zachowań, punktem odniesienia staje się człowiek.

- Strategią działania w tym stylu jest tak zwana strategia empatycznej współpracy. W związku z tym, że przy określaniu granic akceptowalnych zachowań punktem odniesienia staje się drugi człowiek, potrzeby relacyjne odnoszą się do bliskości, to sugeruje uruchomienie empatii oraz gotowości do współpracy.

Styl trenerski – charakteryzuje skoncentrowanie na zadaniu, zachowaniu, które podejmuje druga osoba, na celu działania, ale przy jednoczesnej umiejętności stawiania



Ryc. 3. Model stylów relacji i strategii działania

Źródło: opracowanie własne.

granicy w tej relacji. W stylu partnerskim, kiedy wyznaczana jest granica akceptowalnych zachowań, punktem odniesienia staje się sytuacja.

- Strategią działania w tym stylu jest tak zwana strategia pragmatycznej współpracy. W związku z tym, że przy określaniu granicy akceptowalnych zachowań punktem odniesienia staje się nie człowiek a sytuacja, potrzeby relacyjne odnoszą się do dystansu, to sugeruje uruchomienie procesów racjonalnego myślenia oraz gotowości do współpracy.

Styl kumplowski – charakteryzuje skoncentrowanie na drugiej osobie, na jej przeżyciach, emocjach i sytuacji, ale przy braku umiejętności stawiania granicy w tej relacji. Taka sytuacja zapewne zwiększa ryzyko „wykorzystywania” człowieka w relacji.

- Strategią działania w tym stylu jest tak zwany beztroski chaos. W związku z tym, że nie stawia się granicy akceptowalnych zachowań, bliskość jest potrzebą bezwzględnie ważną, to w zachowaniach ludzi w tym stylu dominuje chaos, brak logicznego i konsekwentnego działania.

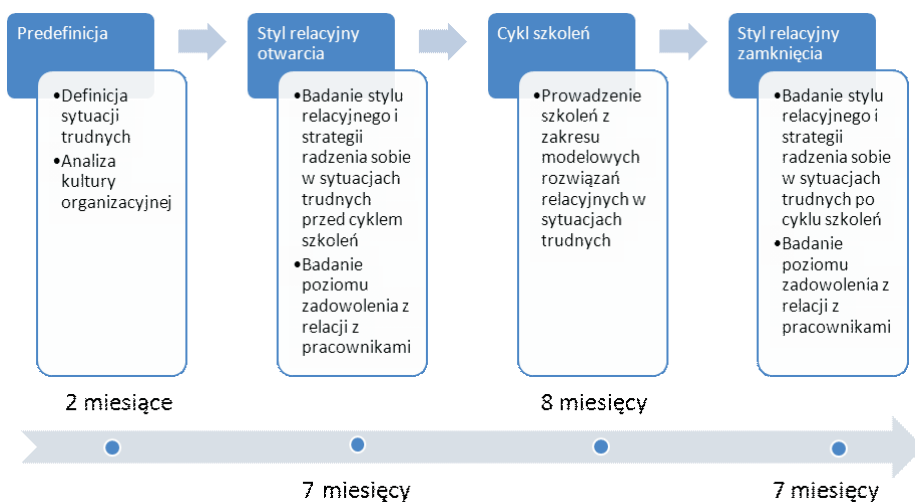
Styl treserski – charakteryzuje skoncentrowanie na zadaniu, zachowaniu, które podejmuje druga osoba, na celu działania, ale jednocześnie narzuca granice w tej relacji. Utrzymuje się istnienie granicy, wymagań, jako obiektywnie istniejących, bez odczuwania konieczności ich uświadomienia. Taka sytuacja zapewne zwiększa ryzyko „szorstkiej”, czasem agresywnej relacji.

• Strategią działania w tym stylu jest tak zwana bezwzględna walka (rywalizacja). W związku z tym, że twardo stawia się granice akceptowalnych zachowań, dystans jest potrzebą bezwzględnie ważną, to w zachowaniach ludzi w tym stylu dominuje walka i zachowania konkurencyjne, rywalizacyjne działania.

ZAŁOŻENIA BADAWCZE I PROCES BADAWCZY

Badania miały głównie charakter jakościowy (Miles, Huberman, 2000). Analiza ilościowa stanowiła jedynie ilustrację skali pewnych zjawisk w badanej firmie. Materiał empiryczny zgromadzony podczas badań jest bardzo obszerny. W niniejszym artykule wykorzystano pewien wycinek analizy tego materiału. Nie prowadzono analiz ze względu na zmienne niezależne, takie jak: staż pracy, wiek, płeć.

Badania miały charakter podłużny. Po fazie wstępnej, w której definiowano obszary sytuacji trudnych dla kierowników w korporacji, przystąpiono do badań zasadniczych. Model modułowy badań i czas trwania poszczególnych modułów przedstawia poniższa rycina.



Ryc. 4. Modułowy model badania w perspektywie temporalnej

Źródło: opracowanie własne.

Badaniami objęto 261 kierowników średniego i wyższego szczebla (do analizy zakwalifikowano tylko te osoby, które przeszły pełny dwuletni okres realizacji projektu badawczego), były to osoby, które pracują w jednej z dużych korporacji w Polsce.

W związku z uzgodnieniami z zarządem firmy, w opisie badań nie będzie żadnych wskazań mogących ją zidentyfikować. Badania prowadzone były przez dwa lata w trakcie realizowanego kontraktu szkoleniowego. Pozwoliło to poznać specyfikę firmy, kulturę organizacyjną, zbudować zaufanie kierowników. Badania miały charakter wielopłaszczyznowy i wieloetapowy (Konecki, 2000; Kostera, 2005).

Pierwszy etap polegał na zdefiniowaniu trudnych sytuacji relacyjnych przez uczestników szkoleń, będących jednocześnie grupą badawczą. Za pomocą różnych metod poszukiwano definicji sytuacji trudnej w rozumieniu badanych, jak i dookreślenia, które sytuacje stanowią największy kłopot w ich rozwiązaniu.

W kolejnym etapie badań poszukiwane były strategie radzenia sobie z sytuacjami trudnymi. Badani tworzyli typologię sposobów radzenia sobie z trudnościami (pominięto ten wątek w niniejszym artykule). W tym też czasie dookreślono styl relacyjny realizowany przez badanego.

W kolejnym etapie została zastosowana obserwacja uczestnicząca (w nomenklaturze szkoleniowej określana mianem coachingu indywidualnego), gdzie sędziowie kompetentni (coache, prowadzący szkolenia) obserwowali kierowników w codziennych sytuacjach relacyjnych i kategoryzowali ich typowe zachowania w sytuacjach trudnych.

W związku z tym, że w korporacji, na potrzeby tworzenia programów rozwojowych kadry kierowniczej pracownicy poddawani byli badaniu metodą 360 stopni, wyniki te stanowiły kolejny element pozwalający zaklasyfikować badane osoby do określonego typu relacyjnego.

Dodatkowo każdy badany wypełniał ankietę, gdzie wybierał preferowany przez siebie sposób rozwiązania sytuacji relacyjnej. Nie chodziło o to, by badani deklaratywnie określali swój styl relacyjny, a raczej aby wskazywali preferowane sposoby rozwiązania sytuacji trudnych. To badacz na podstawie tych wskazań przyporządkowywał kierowników do typów relacyjnych. Zaprezentowanych zostało dwadzieścia sytuacji, w których badani oceniali każdą z prezentowanych strategii, sprawdzając, na ile jest ona charakterystyczna dla ich preferowanego stylu rozwiązania problemu.

Zgromadzono również materiał uzyskany z wywiadów prowadzonych z każdym uczestnikiem badania. Celem wywiadów było pogłębienie wiedzy o potrzebach w relacjach i zweryfikowanie stylu relacji preferowanego przez kierownika oraz poznanie mechanizmu oceny kultury organizacyjnej firmy.

W związku z tym, że szkoleni byli również pracownicy podlegający badaniem kierownikom, postanowiono wybrać i przygotować osoby, których zadaniem było ocenianie w określonym przedziale czasowym swoich przełożonych pod kątem stosowanych strategii rozwiązywania trudnych sytuacji relacyjnych. Byli oni niejako „anonimowymi” badaczami. Ich zadaniem była ocena stylu relacji i strategii przyjętej przy rozwiązaniu sytuacji trudnej. Dostali oni arkusze obserwacyjne, na których prowadzili analizę i ocenę zachowań. Kierownicy wiedzieli, że będą mogli być oceniani

przez „anonimowego” badacza, jednak proces był rozciągnięty w czasie, aby trudno było im zidentyfikować obserwatora.

Badanie poziomu zadowolenia z relacji z innymi pracownikami firmy wydało się również ważnym elementem procesu badawczego. Poziom zadowolenia może wskazywać na swoistą identyfikację i gotowość na modyfikację stylu. Przyjęto założenie, iż jeśli preferowany styl (realizowany przez kierownika) mieści się w kanonach rekomendowanych (partnerski i trenerski) i jest wysoki poziom zadowolenia, oznaczać to może, iż badany świadomie realizuje styl relacyjny. Sytuację tę należy wzmacniać. Jeżeli badany nie jest zadowolony ze swoich relacji z pracownikami, a wykazuje styl rekomendowany, wówczas w procesie rozwojowym należy uświadomić i wzmocnić ten styl. Sytuacja zdaje się trudniejsza, kiedy badany realizuje styl należący do nierekomendowanych i jest ze swoich relacji zadowolony. Wówczas prawdopodobny będzie opór na zmianę. Dla wysokiej efektywności procesu szkoleniowego bardzo korzystny jest taki układ, kiedy styl jest nierekomendowany, ale i kierownik nie jest zadowolony ze swoich relacji. Istnieje wówczas prawdopodobieństwo dużego zaangażowania w proces zmiany.

Po siedmiu miesiącach badań stylu relacyjnego przeprowadzono ośmiomiesięczny cykl szkoleniowy i po nim ponownie pełną diagnozę stylu relacyjnego.

WYNIKI BADAŃ – ANALIZA WSTĘPNA

Definicja sytuacji trudnych tworzona przez badanych

Badanych poproszono o zdefiniowanie tego, czym dla nich są sytuacje trudne w relacjach. Mieli stworzyć opis reportażowy (tzw. technika widokówki), przygotować swoją definicję sytuacji trudnej w obszarze zawodowym oraz wypełnić ankietę, w której mieli stworzyć hierarchię sytuacji trudnych, szeregując podane opisy od sytuacji najtrudniejszych. Uzyskano ponad trzysta opisów sytuacji trudnych (tzw. widokówek), na podstawie których stworzono 128 definicji sytuacji trudnych oraz wyznaczono 261 hierarchii sytuacji trudnych.

Badani podczas procesu szkoleniowego w zespołach definiowali sytuację trudną. Jedną z ciekawszych, a zarazem syntetycznych definicji była ta, która opisała sytuację trudną w następującej kategorii:

sytuacja trudna, to taka, kiedy robię wszystko, co mogę i potrafię, a i tak mi nie wychodzi i efekt jest odwrotny, niż zakładałem.

Wśród definicji były i takie, które naukowo próbowały ująć wyjaśnienie pojęcia. Twórcy tej definicji nadali jej tytuł „Homeostaticzna definicja sytuacji trudnej” i zapisali ją w brzmieniu:

sytuacja trudna ma subiektywny charakter interpretacyjny. Jest zaburzeniem równowagi pomiędzy naszymi oczekiwaniami, pragnieniami a umiejętnościami pozwalającymi osiągać zakładane efekty i zrealizować oczekiwania, a tym na co pozwala nam organizacja.

Były też takie definicje, które podkreślały rezygnację z siebie i wewnętrzny konflikt pomiędzy potrzebami a możliwościami ich realizacji:

sytuacja trudna to brak możliwości realizacji siebie, to ciągła rezygnacja z własnego ja, własnych pragnień, własnych wizji, prowadząca do stanu odczuwalnej frustracji.

Badani kierownicy, tworząc definicję, próbowali wskazać winnego sytuacji trudnej. I tak powstało kilka ujęć definicyjnych, których egzemplifikacją jest następująca definicja:

sytuacja trudna to taka, w której pracownik nie robi tego, czego od niego oczekujemy.

Patrząc na zebrany materiał, można powiedzieć, że rozstrzał interpretacyjny i definicyjny był bardzo duży. Definicje te w większości łączyły wspólne cechy:

1. Zwrócenie uwagi na subiektywny wymiar odczuwania trudności.
2. Zwrócenie uwagi na kontekstowy charakter trudności (trudności mogą być związane z określoną chwilową sytuacją).
3. Podkreślenie istoty równowagi pomiędzy elementami procesu relacyjnego i to w wymiarze psychologicznym (potrzeby), a także w ujęciu socjologicznym (grupa w swojej dynamice, organizacja).

Wśród hierarchii sytuacji trudnych z obszaru zawodowego wybrano trzy, które uzyskały najwyższe miejsce i uznane zostały za najtrudniejsze. One stanowiły punkt wyjścia do opracowania koncepcji szkoleniowej i wdrożenia optymalnych modeli rozwiązań tych sytuacji.

Tab. 1. Hierarchia sytuacji trudnych wskazanych przez kierowników (uwzględniono trzy sytuacje zajmujące pierwsze miejsca w hierarchii)

Rodzaj sytuacji trudnej	N wskazań	% rozkład wskazań
Sytuacja agresji werbalnej rozmówcy	246	94,25
Sytuacja presji, nacisku w rozmowie	216	82,76
Korygowanie nieakceptowanych zachowań	210	80,46

Źródło: opracowanie własne.

Badani wskazali, iż najtrudniej jest się im znaleźć w sytuacji, w której ktoś na nich krzyczy. Sytuacja nacechowana jest emocjonalnie i ma tendencje do eskalacji. Nie mieli pomysłu na rozwiązanie tej sytuacji. Najczęściej przyjmowali strategię konfrontacyjną lub unikającą. Kolejna sytuacja trudna, z którą mieli kłopot badani kierownicy, wią-

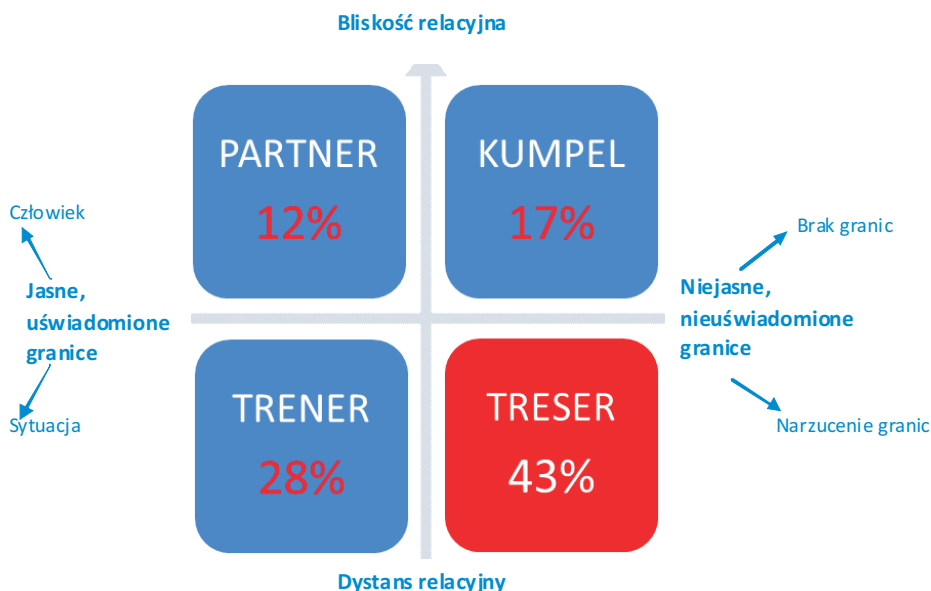
zała się z naciskiem, presją czy – jak często określali – wymuszeniem. Tu wskazywali najczęściej takie strategie, które oparte były na ucieczce, a siebie w tych sytuacjach określali frustratami. Jednym z najbardziej złożonych zadań kierowników było znalezienie się w sytuacji korygowania nieakceptowanych zachowań swoich pracowników. Przy określeniach tej sytuacji trudnej najczęściej padały porównania z korygowaniem zachowań dzieci w procesie wychowania.

PRZYNALEŻNOŚĆ DO STYLÓW RELACYJNYCH I STRATEGII ZACHOWAŃ W SYTUACJACH TRUDNYCH

Jak wspomniano w założeniach badawczych, na dookreślenie i zakwalifikowanie badanego do określonego stylu relacyjnego i tym samym pewnej strategii rozwiązywania problemów czy też sytuacji trudnych złożyła się wielowymiarowa analiza. Zastosowano również analizę skupień (*data clustering*) pozwalającą wyodrębnić grupy na podstawie wskazanych cech czy też dyspozycji.

Poniższy diagram ukazuje rozkład procentowy badanych zakwalifikowanych do określonego stylu relacyjnego oraz strategii rozwiązywania sytuacji trudnej przed procesem szkoleniowym.

Wynik okazał się dość zaskakujący, choć intuicyjnie można było zakładać, że faktycznie model relacyjny oparty na partnerstwie jest pożądanym, to jednak na tyle trudny w realizacji, że ocena zachowań kierowników dokonana w procesie badawczym wykazała, iż tylko 12% kierowników potrafi postawić granice w relacjach, przy jednoczesnym ukierunkowaniu na drugiego człowieka w wymiarze emocjonalnego zaangażowania w relacje z nim. Można bardzo wyraźnie pokazać, iż w badanej korporacji blisko połowa jej kadry zarządzającej korzysta z treserskich przestrzeni relacyjnych. Głównym narzędziem motywacyjnym dla tej grupy badanych było zaczerpnięte z behawioralnych koncepcji stymulowanie aktywności żonglowanie karami i nagrodami. Łudzi się często pracownika nagrodą lub straszy karą w celu egzekwowania aktywności. Należy w tym momencie dodać, że często, jeśli taki styl relacyjny ma miejsce i nakłada się on na potrzebę silnej stymulacji zachowań poprzez system nakazowy u podległego pracownika, wówczas nie będzie on tej sytuacji relacyjnej postrzegał jako trudnej. Wręcz przeciwnie, może być ona dla niego bardziej transparentna, choć nie do końca uświadomiona w wymiarze istoty wymaganych działań czy też intencji osób zlecających działanie. Doświadczenia pokazują, że budując koncepcję kierowania ludźmi opartą na stylu treserskim, nie do końca widzi się perspektywę egzekwowanych działań. Jest to raczej styl zadaniowy, skoncentrowany na uzyskiwaniu bieżących efektów i wyzwaniu aktywności „tu i teraz”. W efekcie badani kierownicy zauważali, iż ich pracownicy po-



Ryc. 5. Przynależność badanych do stylu relacyjnego przed procesem szkoleniowym

Źródło: opracowanie własne.

dejmowali intensywne działania zawodowe tylko wówczas, kiedy oni jako kierownicy znajdowali się w pobliżu.

Kierownicy biorący udział w badaniu tylko w 17% występowali w kumpłowskim stylu relacyjnym. Była to grupa najbardziej sfrustrowanych uczestników procesu badawczego. Ich frustracja wynikała z tego, że nie potrafili stawiać wymagań, rezygnowali często z określenia granic akceptowalnych zachowań. Doprowadzało to do sytuacji braku możliwości spadku efektywności działań. Brak widocznych efektów powodował podniesiony poziom stresu u kierowników i poczucie nieradzenia sobie z sytuacją. Każda sytuacja trudna wydawała się bagatelizowana w celu redukcji napięć lub pogłębiała dyskomfort badanego kierownika i utrzymywała w przekonaniu, iż nie radzi on sobie z sytuacją. W grupie tej było najwięcej osób, które nie były zadowolone z realizowanego przez siebie stylu relacyjnego. Stanowili oni potencjalnie najbardziej zmotywowaną grupę do podjęcia pracy nad zmianą stylu relacji i strategii działania.

Badani w 28% zakwalifikowani zostali do stylu relacyjnego, który określić można jako trenerski. Wykazywali się bardzo dużą cierpliwością w relacjach, potrafili wielokrotnie, niczym trener powtarzać swoje działania wobec zespołu, na przykład korygując zachowania pracowników. Cechowała ich jeszcze zdolność do dystansowania się do lu-

dzi i nie wikłania w zależności emocjonalne. Jak sami mówili, ich sposób relacji sprawia wrażenie „szorstkiej” egzystencji, ale pozwala im uzyskiwać zakładane efekty pracy.

W odpowiedzi na zaprezentowane wyniki przygotowano proces szkoleniowy, którego głównym celem było sprowokowanie uczestników do rewizji swojego stylu relacyjnego oraz przygotowanie ich od strony narzędziowej do radzenia sobie z trzema wskazanymi przez nich sytuacjami trudnymi. Modele, które były wdrażane, pochodziły ze wspólnej pracy szkoleniowej z firmą Kontekst HR Internationale Group. Istotą tych modeli było utrzymanie dobrej relacji w kanonie rekomendowanych stylów relacyjnych (podczas szkolenia rekomendowano styl partnerski i trenerski) oraz rozwiązanie sytuacji trudnej.

CYKL SZKOLEŃ

Szkolenia trwały osiem miesięcy i miały charakter zarówno warsztatów, jak i treningów kompetencyjnych. Poniżej przedstawiono i krótko scharakteryzowano wdrażane modele radzenia sobie z sytuacjami trudnymi.

Wszyscy kierownicy poddani zostali działaniom szkoleniowym. Jednym z nurtów szkolenia był trening modeli reagowania w sytuacjach trudnych.

Pierwszą sytuacją były zachowania relacyjne nacechowane agresją. Agresja miała charakter werbalny. Przed szkoleniem przygotowano szereg opisów przypadków i sytuacji, do których inspiracją były zaobserwowane zachowania i relacje w organizacji. Szkolenia zorganizowane zostały w uwzględnieniu etapów cyklu Kolba w procesie kształcenia, a wdrażane modelowe rozwiązania miały charakter swoistych instrukcji, procedur reagowania i prowadzenia rozmowy.

Poniżej zaprezentowano modele wraz z komentarzem metodycznym i merytorycznym.

a) Model reagowania na zachowania nacechowane emocjami (agresja) (MRA)

1. Przyjmij wybuch emocjonalny rozmówcy (nie reaguj impulsywnie, słuchaj, chodzi o to, aby agresor mógł „wyrzucić” nakumulowane emocje).

2. Zadawaj pytania rozmówcy, ale nie faktograficzne, a otwarte (tu nie chodzi o ustalenie faktów, ale o to, by rozmówca w sposób swobodny dalej mógł ekspresyjnie obniżać napięcie emocjonalne).

3. Używaj komunikatów typu Ja o trójelementowej strukturze:

JA + wyjaśnienie JA + rozwiązanie sytuacji

4. Wspólnie rozwiązujcie problem (ten etap można inicjować słowem-kluczem: zastanówmy się wspólnie...).

5. Zapytaj o satysfakcję z rozwiązania problemu i o zrozumienie tego, co stało się na początku waszej rozmowy.

6. Podziękuj za rozmowę rozmówcy.

Kolejna sytuacja trudna, na którą zwrócili uwagę uczestnicy szkolenia, dotyczyła presji i nacisku ze strony rozmówcy zmierzających do zmiany decyzji czy też zachowań kierowników. Poniżej zaprezentowano wdrażany model rozmowy.

b) Model reagowania na zachowania nacechowane presją i przymusem (MRP)

1. Odmów tak, aby szanować swoje prawa i prawa twojego rozmówcy

NIE + Argument (nie tłumacz się, kiedy cię nikt nie pyta).

Jeżeli twój rozmówca w dalszym ciągu „naciska” ...

2. Uruchom procedurę tak zwanej zdartej płyty:

Parafraza + zdanie klucz (to zawsze ten sam argument, którego użyłeś w odmowie).

Powtarzaj całą konstrukcję. W parafrazie zawsze nawiązuj do tego, co powiedział twój rozmówca, i powtarzaj odmowę, ale tylko trzy razy. Jeżeli rozmówca naciska cię dalej, zacznij stawiać granice.

3. Stawianie granic:

a. Prośba – poproś rozmówcę, aby przestał cię przekonywać.

b. Informacja zwrotna – zastosuj trzelementowy sposób komunikatu JA, być może twój rozmówca zatracił poczucie tego, co się dzieje (JA + wyjaśnienie JA + rozwiązanie sytuacji).

c. Sprzeciw – spróbuj zdecydowanie zakończyć rozmowę, używając słowa-klucza „nie życzę sobie”.

d. Sankcja – zapowiedz sankcję i jeżeli rozmówca będzie cię przekonywał, naciskał dalej, wykonaj ją.

Każdy kierownik zmagał się z jeszcze jedną sytuacją trudną w swojej pracy. Ta sytuacja związana była z dokonywaniem korekcji nieakceptowanych zachowań. Kierownicy zgłaszali problem, który dotyczył tego, na ile „twardo” należy artykułować konieczność zmiany. Zaproponowano model korekcji oparty na trzech stopniach siły oddziaływania korekcyjnego.

Pierwszy model jest klasycznym feedbackiem, miękkim sposobem korekcji, którego głównym zadaniem jest wzmocnienie motywacji pracownika do zmiany. Model bazuje na wskazaniu pozytywnych aspektów zachowania pracownika i na ich tle wskazanie tego, co wymaga korekcji. Ten model kończy pokazanie korygowanemu perspektywy, która rysuje się po wyeliminowaniu przez niego nieakceptowanych zachowań.

c) Korygowanie zachowań – miękki model korekcji

1. Przedstaw cel rozmowy.

2. Wskaż zachowania rozmówcy, które są warte docenienia – mów o faktach.

Przechodząc do następnego punktu, nie używaj łącznika „ale”!

3. Wskaż zachowania, które chcesz korygować.

4. Zakończ wskazaniem pewnej perspektywy dla rozmówcy, celu rozwojowego, chodzi o to, aby była to pożywką motywacyjną (tylko realna i osiągalna).

Drugi model odnosi się do sytuacji, w której nie udało się doprowadzić do pożądanego zmiany za pomocą miękkiego modelu korygowania. Trzeba zatem doprowadzić do sytuacji, w której kierownik pozna przyczyny braku zmiany. Często ten model określany bywa mianem modelu konsultacyjnego, bowiem przypomina w pierwszej części swoiste konsultacje. Model ten zakłada, że po zapoznaniu się z perspektywą oceny sytuacji i zachowania przez pracownika sformułowane precyzyjnie zostaną oczekiwania i kierunki zmiany.

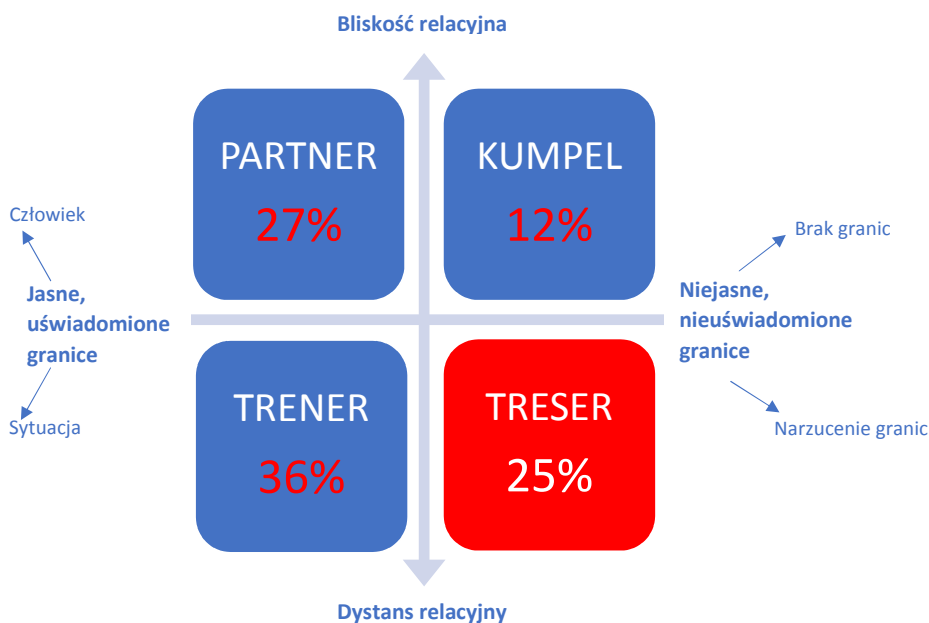
d) Korygowanie zachowań – relacyjny model korekcji

1. Przedstaw cel rozmowy.
2. Wskaż zachowania, które chcesz korygować (używaj twardych określeń: wiem, zauważyłem).
3. Zapytaj rozmówcę, co on myśli na ten temat.
4. Sparafrazuj to, co usłyszałeś, skonkluduj stwierdzeniem **r o z u m i e m** i sformułuj konkretne oczekiwania zmiany zachowań rozmówcy.
5. Zastosuj zasadę **s t o p** i uruchom procedurę algorytmiczną:
 - jeżeli **z g o d a** – przejdź do punktu nr 6,
 - jeżeli **a g r e s j a** – zastosuj MRA (model reagowania na agresję) – przejdź do punktu nr 6,
 - jeżeli **p r e s j a** – zastosuj MRP (model reagowania na presję) – przejdź do punktu nr 6.
6. Zapytaj o zrozumienie (nie zadawaj się zgodą, tylko upewnij się, że intencje zostały zrozumiane).
7. Podziękuj za rozmowę.

Model trzeci jest bardzo podobny do wcześniejszego. Stosujemy go wówczas, kiedy nie nastąpiła zmiana po korygowaniu z użyciem modelu konsultacyjnego. W takiej sytuacji zastosować należy model rozmowy, w którym stawia się korygowanej osobie ultimatum.

e) Korygowanie zachowań – siłowy model korekcji

1. Przedstaw cel rozmowy.
2. Wskaż zachowania, które chcesz korygować (używaj twardych określeń: wiem, zauważyłem).
3. Sformułuj konkretne oczekiwania zmiany zachowań rozmówcy.
4. Przedstaw proponowaną sankcję, używając klucza: jeżeli..., to...
5. Zastosuj zasadę **s t o p** i uruchom procedurę algorytmiczną:
 - jeżeli **z g o d a** – przejdź do punktu nr 6,
 - jeżeli **a g r e s j a** – zastosuj MRA (model reagowania na agresję) – przejdź do punktu nr 6,



Ryc. 6. Przynależność badanych do stylu relacyjnego przed procesem szkoleniowym

Źródło: opracowanie własne.

- jeżeli presja – zastosuj MRP (model reagowania na presję) – przejdź do punktu nr 6.

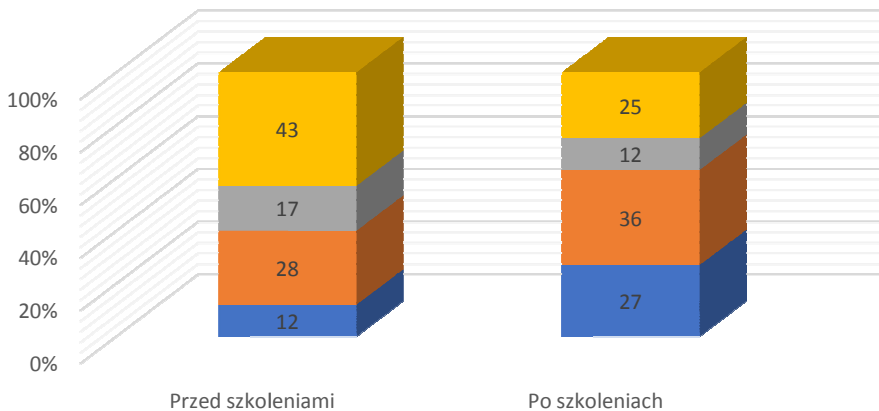
6. Zapytaj o zrozumienie (nie zadawaj się zgodą, tylko upewnij się, że intencje zostały zrozumiane).

7. Podziękuj za rozmowę.

Po przeprowadzonym procesie szkoleniowym, w którym między innymi wdrażano modelowe rozwiązania przedstawione powyżej, kierowników poddano ponownie procesowi badania według tych samych kryteriów i narzędzi badawczych.

Poniższy diagram ukazuje rozkład procentowy badanych zakwalifikowanych do określonego stylu relacyjnego oraz strategii rozwiązywania sytuacji trudnej po procesie szkoleniowym.

Zmiana stylu relacyjnego u badanych, którzy poddani zostali cyklowi szkoleń, ma charakter głównie jakościowy. Jednak można wskazać również swoistą migrację osób pomiędzy stylami relacyjnymi. Wyrazić ją można rozkładem procentowym. U wielu badanych nastąpiła zmiana sposobu podejścia do innych ludzi i – co cieszy najbardziej – to, że o blisko 20% zmniejszyła się liczba osób, które wcześniej preferowały treserski kanon relacji. Aż o 15% wzrosła liczba osób wchodzących w partnerski styl relacyjny.



Ryc. 7. Zmiana stylu relacyjnego po odbyciu ośmiomiesięcznego szkolenia

Źródło: opracowanie własne.

Wzrasta też o 8% liczba osób, które zaczęły pracować w trenerskim stylu relacyjnym. Z kolei 5% badanych „uciekło” ze stylu kumpłowskiego.

Na poniższym wykresie zaprezentowano zestawienie badanych osób przynależnych do określonego typu relacyjnego. Prezentacja ta wyraźnie podkreśla zmiany w rozkładach procentowych przynależności do stylów relacyjnych. W opracowaniu są w tej chwili statystyki szczegółowe pozwalające określić inne zależności.

WNIOSKI Z BADAŃ

Pierwszy zasadniczy wniosek jest taki, że styl relacyjny, który wydawać by się mogło, jest dość skostniałą strukturą wzorców zachowań (*patern of behavior*), jest możliwy do modyfikacji. Służyć temu może odpowiednio przygotowany cykl szkoleniowy, który nie tylko odniesie się do modyfikacji wzorca zachowań, lecz także dostarczy konkretne narzędzia pozwalające realizować rekomendowany styl.

Niewątpliwie wyniki badań wzmacniają sens prowadzenia szkoleń z zakresu stylu budowania relacji, jak również strategii radzenia sobie w sytuacji trudnej. Sytuacje trudne faktycznie mają charakter kontekstowy i w głównej mierze zależą od tego, jakich potrzeb relacyjnych w przestrzeni zawodowej oczekują ludzie.

Ścierać się zaczyna wyraźnie sytuacja trendu tworzenia kultur organizacyjnych, opartych na dobrych relacjach budowanych przez profesjonalnie przygotowanych

menadżerów z brakiem narzędzi i wzorców w zakresie relacyjnych modeli wdrażanych w organizacjach.

Pojawia się klasyczny rozdźwięk pomiędzy deklaratywnym (pożądanym) stylem relacyjnym a faktycznie realizowanym w codziennych sytuacjach zawodowych. Większość, czyli blisko 76% badanych poproszonych o określenie stylu relacyjnego, który realizują, wskazała na styl partnerski i trenerski. Tylko 17% określiło, iż ich stylem relacyjnym jest tresura. Niespełna 7% wskazało, iż realizuje styl kumpłowski. Były to, jak wspomniano, tylko deklaracje. W rzeczywistości (po przeprowadzonych badaniach) okazało się, iż rozkład realizowanych stylów relacyjnych jest zupełnie inny. Trudno jest zatem bez gruntownie przeprowadzonej modyfikacji wzorców o świadomość realnie realizowanego stylu relacyjnego.

Badani w swojej pracy korekcyjnej najczęściej stosowali ultymatywny sposób korygowania, czyli sięgali po twarde, nieco represyjne i karzące sposoby zmiany ludzkich zachowań. Oczekiwanie zmiany najczęściej obwarowywali zapowiedzią sankcji. Można powiedzieć, iż stosowali, opisaną w psychologii skinerowską koncepcję *teorii wzmożenia* (*reinforcement theory*), przy czym zamiast nagrody za oczekiwane zachowania proponowali kary, które miały powstrzymać przed realizacją nieakceptowanych zachowań. Tym samym badani kierownicy dość szybko zamykali sobie pole manewru i siły wpływu na zmianę zachowania, gdyż po braku tej oczekiwanej zmiany musieli realizować zapowiedzianą karę. To wyraźnie psuło relacje w zespole. Dostarczenie w procesie szkoleniowym stopniowalnych modeli korygowania dawało badanym zdecydowanie szersze spektrum oddziaływań korygujących, a co najważniejsze pozwalało wzmacniać pracowników i poznać ich percepcję niektórych zjawisk.

Poziom zadowolenia z realizowanego stylu relacyjnego i strategii radzenia sobie w sytuacjach trudnych po przeprowadzonych szkoleniach zdecydowanie nabrał wymiaru adekwatności. W pierwszym badaniu poziomu zadowolenia uzyskano dość wysokie wyniki w skali tego zadowolenia. Niezależnie od tego, jaki styl kierownicy realizowali, byli z niego w większości zadowoleni. Po szkoleniach wydaje się, iż poziom zadowolenia został urealniony i osadzony w kryteriach oceny swoich zachowań, jak i świadomości ich skutków. Badani wiedzieli, jakie perspektywy rozwojowe i perspektywy pracy nad stylem i strategią pojawiają się przed nimi. Miało to niewątpliwie wpływ na poziom zadowolenia badanych z realizowanego stylu relacyjnego.

Ostatni wniosek jest raczej zapowiedzią niewyeksponowanych wyników badań użytych w opisanym procesie. Jak zwykle się mówić, problem tkwi w szczegółach i tu oczywiście wstępne analizy szczegółowe ukazują wiele ciekawych trendów w realizacji stylów relacyjnych i radzeniu sobie z sytuacjami trudnymi. Do tego dochodzą zmienne, które niewątpliwie modyfikują sposoby zachowań badanych kierowników.

LITERATURA

- Blanchard, K. (2012). *Przywództwo wyższego stopnia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bratnicki, M. (red.). (2003). *Organizational Entrepreneurship: Conceptual Advances and Some Empirical Tests*. Katowice: Wydawnictwo AE w Katowicach.
- Bratnicki, M., Dyduch, W. (2002). Przedsiębiorczość – element kultury organizacyjnej. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 3-4, 81-92.
- Dyduch, W. (2005). Pomiędzy administracyjnym a przedsiębiorczym stylem zarządzania w polskich organizacjach. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 1, 9-20.
- Kilmann R.H., Thomas K.W. (1978). Four perspectives on conflict management: An attributional framework for organizing descriptive and normative theory. *Academy of Management Review*, 3, 1, 59-68.
- Kisielnicki, J. (2008). *Zarządzanie. Jak zarządzać, by być zarządzanym*. Warszawa: PWE.
- Konecki, K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: PWN.
- Kostera, M. (2005). *Antropologia organizacji. Metodologia badań terenowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Miles, M., Huberman, A. (2000). *Analiza danych jakościowych*. Białystok: Transhumana.
- Pettigrew, A. (1979). On Studying Organizational Cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24, 570-581.
- Ścigała, M. (2013). Trudne sytuacje decyzyjne w pracy menedżera. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 1(90), 9-12.
- Simon, H. (2007). *Podjęmowanie decyzji i zarządzanie ludźmi w biznesie i administracji*. Gliwice: Helion.
- Thomas, W.I., Thomas, D.S. (1928). *The child in America. Behavior problems and programs*. New York: Knopf.
- Thomas, W.I., Znaniecki, F. (1976). *Chłop polski w Europie i Ameryce*. Warszawa: LSW.
- Tomaszewski, T. (1979). Człowiek w sytuacji. W: T. Tomaszewski (red.), *Psychologia*. Warszawa: PWN, 17-37.
- Tomaszewski, T. (1997). Człowiek i otoczenie. W: T. Tomaszewski (red.), *Psychologia*. Warszawa: WSiP, 7-13.
- Tomaszewski, T. (red.). (1982). *Psychologia*. Warszawa: WSiP.

**MODYFIKACJA STYLU RELACYJNEGO I STRATEGII ROZWIĄZYWANIA SYTUACJI TRUDNYCH
W OBSZARZE ZAWODOWYM – KOMUNIKAT Z BADAŃ**

STRESZCZENIE: Artykuł zawiera autorską koncepcję ujęcia stylów relacyjnych oraz strategii rozwiązywania sytuacji trudnych w obszarze zawodowym. Badaniami objęto kierowników średniego i wyższego szczebla jednej z dużych korporacji w Polsce. Dokonano diagnozy stylu relacyjnego oraz spostrzegania przez menedżerów sytuacji trudnych z zakresu ich obszaru zawodowego. Następnie przeprowadzono proces szkoleniowy, którego celem była modyfikacja stylów relacyjnych, kreowanie

stylów „partnerskiego” i „trenerskiego” oraz relacyjnych modeli zachowań w sytuacjach trudnych. Po szkoleniach dokonano ponownej oceny stylu relacyjnego kierowników i porównano z tym, który reprezentowali przed szkoleniem. Zmiany okazały się bardzo znaczące.

SŁOWA KLUCZOWE: styl relacyjny, sytuacja trudna, modyfikacja wzorów zachowań, model reagowania na agresję, model reagowania na presję, modele korygowania zachowań.

**MODIFICATION OF THE RELATIONAL STYLES AND STRATEGIES
OF DEALING WITH DIFFICULT SITUATIONS IN THE PROFESSIONAL AREA**

SUMMARY: The paper presents the original concept of relational styles and strategies of dealing with difficult situations in professional area. The research was carried out in a group of middle and senior managers of one of the large corporations in Poland. The relational styles represented by the managers were diagnosed as well as their perception of difficult situations in the professional activity. The diagnosis was followed by the training process. The aim of such a process was to modify the relational styles, create the “partnership” and “coaching” styles as well as relational models of behavior in difficult situations. After the training the relational styles of the managers were reassessed and compared to the ones represented before the training. The changes proved to be significant.

KEYWORDS: relational style, difficult situation, modification of behavior patterns, model of response to aggression, model of response to pressure, models of behavior correction.

ŁUKASZ BUDZICZ
Uniwersytet Zielonogórski

INTERPRETACJA STATYSTYK W ARTYKUŁACH NAUKOWYCH – WSKAZÓWKI DLA PRAKTYKÓW

WSTĘP

Zawód psychologa jest zawodem zaufania publicznego. Wynika z tego szereg konsekwencji. Jedną z nich jest konieczność aktualizowania przez psychologa swojej wiedzy, tak aby w swojej praktyce zawodowej mógł wykorzystywać metody, techniki i narzędzia najbardziej zgodne ze współczesnym stanem wiedzy naukowej. W szczególności powinien być na tyle kompetentnym „konsumentem” wiedzy naukowej, żeby nie przyswajać, nierzadkich w tej dziedzinie, „cudownych”, ale w istocie pseudonaukowych sposobów działania.

Skąd jednak psycholog ma wiedzieć, jaki jest „współczesny stan wiedzy naukowej”? Podstawowym źródłem wiedzy naukowej w psychologii są artykuły ukazujące się w recenzowanych czasopismach naukowych. Warto sięgać też po monografie naukowe (w języku potocznym nazywane „książkami”), szczególnie te, które są wydane przez czołowe światowe wydawnictwa akademickie. Jednak monografie, trzeba to podkreślić wyraźnie, nie są na ogół źródłem podstawowej wiedzy, lecz pełnią funkcje przeglądowe i podsumowujące. Podstawowym źródłem wiedzy są prawie zawsze artykuły w czasopismach naukowych.

Największą przeszkodą, na którą może trafić psycholog-praktyk przy czytaniu artykułów empirycznych, są pojawiające się w nich techniczne elementy analizy statystycznej. Na studiach psychologicznych kurs z metodologii i statystyki jest co prawda obowiązkowy, ale niestety, niektóre kursy nie podejmują zagadnień interpretacji danych

statystycznych, a jedynie uczyć mechanicznego przeprowadzania obliczeń. A nawet jeśli te kursy uczą sensownego interpretowania, to często potem na samych studiach nie analizuje się artykułów empirycznych, a nieużywana wiedza zanika.

Wychodząc naprzeciw potrzebom praktyków chcących czytać artykuły naukowe, tekst ten ma być w zamyśle względnie krótkim przewodnikiem wprowadzającym do tematyki interpretowania danych statystycznych. Z mojego osobistego doświadczenia wynika, że nie trzeba być zawodowym statystykiem, żeby być w stanie dokonywać sensownych interpretacji, szczególnie takich, które są użyteczne na potrzeby praktyki. Podkreślę, że artykuł ten nie jest wyczerpującym kursem statystyki. Zachęcam Czytelnika do rozwijania wiedzy, na rynku są dostępne liczne wartościowe książki, szczególnie polecam podręczniki B. Kinga i E. Miniuma (2009) oraz P. Francuza i R. Mackiewicza (2007).

Zanim przejdę jednak do właściwej części, wspomnę o jeszcze innej trudności związanej ze zdobywaniem podstawowych źródeł wiedzy i sposobach jej przezwyciężenia. Wiele tekstów naukowych nie jest ogólnodostępnych, a mówiąc ściślej, są dostępne po poniesieniu wysokich kosztów (rzędu nawet 40 dolarów za jeden artykuł). Niestety, choć badania naukowe są zwykle finansowane ze środków publicznych, to czasopisma, w których są przedstawiane, często są wydawane przez wielkie prywatne (a więc komercyjne) konglomeraty wydawnicze (np. Elsevier, Springer, Wiley). Nie oznacza to jednak, że bezpłatny dostęp do takich artykułów jest zupełnie niemożliwy. Po pierwsze wielu badaczy umieszcza pełne wersje swoich tekstów na własnej stronie internetowej lub na wyspecjalizowanych serwisach (szczególnie researchgate.net i academia.edu). Według mojego rozeznania około 40-50% nowych artykułów naukowych można pozyskać tą drogą. Po drugie osoby, które mieszkają w dużych ośrodkach, mogą zapisać się do bibliotek uniwersyteckich, uiszczając stosunkowo niewysokie opłaty, i ściągać lub drukować artykuły, korzystając z komputerów w czytelnich. Wreszcie jest jeszcze trzecia możliwość, mianowicie można napisać wiadomość e-mailową do autora artykułu z prośbą o przesłanie cyfrowej wersji tekstu. Bardzo często autorzy odsyłają artykuły, o które zostali poproszeni. Nadmienię jeszcze, że w ostatnich latach coraz większego znaczenia nabierają czasopisma w formule tak zwanych *open access*. Artykuły z tych czasopism są ogólnodostępne dla każdego, kto ma dostęp do Internetu. Można się spodziewać, że rola tych czasopism będzie rosła.

W ostatecznym rozrachunku, jeśli wszystkie opisane sposoby dotarcia do interesującego nas artykułu zawiodą, zawsze ogólnodostępne są tytuły i abstrakty, które pozwolą nam zorientować się w ogólnych wnioskach z badania.

Oczywiście, to nie są jedyne przeszkody. Inną jest bariera językowa. Olbrzymia większość wartościowych w obiegu naukowym tekstów ukazuje się w języku angielskim.

Trudno jednak przyjąć argument, że ze względu na barierę językową można nie czytać. Znajomość języka angielskiego jest konieczna w różnych zawodach wymagających wysokich kompetencji. Dodatkowo w tekstach naukowych występuje uniwersalny angielski, praktycznie nieobecne są neologizmy i wyrażenia slangowe. Wysilek, jaki trzeba włożyć, żeby sprawnie przyswajając naukowe teksty anglojęzyczne, jest nieporównywalnie mniejszy, niż gdyby się chciało równie łatwo czytać poezję lub prozę w tym języku. Będzie on procentował przy wielu okazjach, bo jest to podstawowy język globalnej komunikacji, nie tylko naukowej.

Czy korzystanie z dobrych polskich artykułów i monografii, ewentualnie regularny udział w kursach i szkoleniach dostępnych w języku polskim nie jest wystarczający? W moim przekonaniu nie jest. Źródła te nierzadko przedstawiają wyniki badań w sposób uproszczony, zerojedynkowy. Największym jednak ich ograniczeniem jest to, że przedstawiają tylko ułamek wartościowej wiedzy. Jako pracownik naukowy wiem, że w obiegu naukowym funkcjonuje wiele wartościowych idei, które nie są omówione w publikacjach w języku polskim (jest to niejednokrotnie problem przy układaniu programu zajęć na studiach psychologicznych). Tylko niewielka część wartościowej wiedzy zostanie w tej czy innej formie spolszczona, często po bardzo wielu latach. Oczywiście, teksty polskie niejednokrotnie stanowią bardzo cenne źródło wiedzy, ale ograniczając się tylko do nich, niejako siłą rzeczy akceptujemy to, że nasza wiedza będzie wrywkowa i będzie zależała od tego, czy autor tekstu zapoznał się z najnowszymi osiągnięciami w danej dziedzinie nauki.

Nie twierdzą też, że każde twierdzenie, które znajdziemy w artykule przeglądowym (albo nawet popularnonaukowym), musi być przez nas zweryfikowane w podstawowych źródłach. Nikt nie ma tyle czasu, żeby mógł każdą jednostkę informacji szczegółowo sprawdzić. Szczególnie trudno tego wymagać, jeśli konkretny fragment wiedzy nie jest szczególnie istotny w naszej pracy zawodowej. Ale, przykładowo, jeśli chcemy pracować z ludźmi cierpiącymi na zaburzenia psychiczne przy pomocy techniki, o której przeczytaliśmy wzmiankę w popularnym czasopiśmie, jest głęboko nieprofesjonalne, żeby nie sięgnąć do podstawowych źródeł. Po ich lekturze często okazuje się, że skuteczność tej techniki jest, obiektywnie patrząc, dosyć słaba, albo też samo badanie jest wykonane na jakiejś szczególnej grupie, lub ma wątpliwą metodologię.

Mam wielką nadzieję, że tym wstępem przekonałem Czytelnika do tego, że czytanie podstawowych źródeł (czyli artykułów empirycznych w czasopismach naukowych) jest elementem pracy profesjonalnego psychologa. Przejdę zatem do właściwej części artykułu, która jest podzielona na trzy sekcje, mianowicie dotyczące interpretowania istotności statystycznej, wielkości efektu i przedziałów ufności.

INTERPRETACJA ISTOTNOŚCI STATYSTYCZNEJ (I KRYTYCZNE UWAGI WOBEC TEJ MIARY)

Praktycznie wszystkie współczesne artykuły empiryczne mają jeden wspólny mianownik: wskaźnik istotności statystycznej badanych efektów. Według analizy R. Hubbarda i P.A. Ryana (2000) mniej więcej od lat 50. XX wieku ponad 90% artykułów zawiera ten wskaźnik. Istnieje wiele testów statystycznych, różnych w zależności od rodzaju danych i planu badawczego. Ich interpretacja bywa trudna, bo są wyliczane według innych zasad, a dodatkowo ich wielkość jest uzależniona od liczby zbadanych osób. Tymczasem wskaźnik istotności statystycznej ma tę zaletę, że niezależnie od rodzaju testu i wielkości próby jest interpretowany w ten sam sposób. Informuje nas, jakie jest prawdopodobieństwo, że otrzymalibyśmy określony wynik, gdyby hipoteza zerowa była prawdziwa. Co to jest hipoteza zerowa? Mówiąc ogólnie, to w nauce odpowiednik domniemania niewinności w prawie. Polega ona na przyjęciu założenia, że nie ma żadnych zależności (korelacji, różnic między średnimi itd.), dopóki nie ma mocnych dowodów, że jest inaczej.

Przeanalizujmy kilka przykładów. Wyobraźmy sobie, że mierzymy wzrost reprezentatywnej próby tysiąca mieszkańców Szczecina i Przemysła. Nie mamy żadnych podstaw, żeby podejrzewać, że grupy te różnią się znacząco wzrostem, ale jesteśmy otwarci na to, co przyniesie badanie. Formułujemy hipotezę zerową, czyli przyjmujemy, że różnica średnich wzrostów między mieszkańcami dwóch miast wynosi 0 cm. Jest jednak skrajnie mało prawdopodobne, że grupy te uzyskują wynik identyczny do dziesiątego miejsca po przecinku. A więc praktycznie zawsze hipoteza zerowa traktowana literalnie jest fałszywa. Jednak nieduże różnice mogą być wynikiem przypadku i dzięki wskaźnikowi istotności statystycznej powinniśmy to uchwycić.

Załóżmy dalej, że wynik naszego badania jest taki, że szczecinianie są wyżsi o 0,3 cm. Dzięki odpowiednim testom statystycznym możemy wyliczyć wskaźnik istotności statystycznej. Jak już wspomniałem, określa on prawdopodobieństwo takiego wyniku, gdyby hipoteza zerowa była prawdziwa, a mówiąc precyzyjniej, jakie jest prawdopodobieństwo tego wyniku i wszystkich wyników bardziej skrajnych (bo jeżeli hipoteza zerowa jest fałszywa dla 0,3 cm, to tym bardziej jest fałszywa dla różnicy rzędu 5 cm). Zwykle przy wyliczaniu istotności statystycznej zakłada się istotność dwustronną, tj. w naszym przykładzie wylicza się dodatkowo, jakie jest prawdopodobieństwo, że to przemysłanie są wyżsi o 0,3 cm lub więcej.

Załóżmy dalej, że przy pomocy odpowiednich testów statystycznych obliczono, że istotność statystyczna różnicy 0,3 cm wynosi 11,4%. Przyjęła się konwencja, żeby poziom istotności oznaczać literą p i zapisywać jako ułamek dziesiętny. Zatem w naszym przykładzie $p = 0,114$ (ważna uwaga techniczna: w artykułach często jedną, dwoma

i trzema gwiazdkami [* , ** , ***] oznacza się poziomy istotności statystycznej odpowiednio mniejsze od 0,05, 0,01 i 0,001).

Czy w naszym przykładzie mieszkańcy Szczecina i Przemysła różnią się wzrostem? Zgodnie z zasadami testowania istotności różnic nie różnią się, ponieważ wynik jest wtedy istotny statystycznie, jeśli wskaźnik istotności jest mniejszy niż 5% (a więc $p < 0,05$). W omawianym tu przypadku taki nie jest. Dlaczego dane osiągają poziom istotności przy mniej niż 5%, a nie na przykład poniżej 4,65%? Nie wynika to z żadnego wzoru ani prawa statystycznego. Po prostu taką przyjęto konwencję.

Istnieje wiele problemów związanych z istotnością statystyczną. Bywa ona interpretowana jako istotność „w ogóle”, tj. informacja, że wynik jest znaczący. Niekoniecznie tak musi być, gdyż wskaźnik istotności statystycznej uzależniony jest też od wielkości próby. Przykładowo, gdybyśmy zmierzili wzrost miliona mieszkańców Warszawy i miliona mieszkańców Londynu, to mikroskopijne różnice (około 0,2 mm) okazałyby się istotne statystycznie. Jednak czujemy intuicyjnie, że różnice takie nie mają żadnego znaczenia praktycznego.

Żeby nie być gołosłownym podam pewien przykład, dobrze obrazujący omawiany problem. W numerze czasopisma popularnonaukowego „Charaktery” dowiedziałem się o ciekawych badaniach dotyczących związku osobowości z preferencjami artystycznymi (Gelitz, 2011). W tym artykule można przeczytać, że „osoby lubiące obrazy impresjonistów są sumienne i raczej zamknięte na nowe doświadczenia” (Gelitz, 2011, s. 35). Z ciekawości sprawdziłem te dane w oryginalnym źródle (czyli w artykule T. Chamorro-Premuzic i in., 2009). Okazało się, że owszem osoby sumienne preferują obrazy impresjonistów, ale siła tego efektu jest bardzo słaba ($r = 0,08$; interpretacja takich wielkości w następnej sekcji). Związek otwartości na doświadczenie z preferowaniem impresjonizmu jest wręcz mikroskopijny ($r = 0,01$). Przebadano jednak w badaniu internetowym bardzo dużą próbę, ponad 90 tysięcy osób, stąd wszystkie korelacje różne od 0,00 były istotne statystycznie.

Istotność statystyczna bywa też błędnie interpretowana, jako informacja, z jakim prawdopodobieństwem uda się określić badanie powtórzyć. Stąd jeśli $p = 0,05$, to niektórzy błędnie przyjmują, że jest 95% szans, że uda się powtórzyć wynik badania, jest to jednak błąd (por. Gigerenzer, 2004). Dodatkowo rozrzut otrzymywanych empirycznie wartości istotności statystycznej jest bardzo duży i w niewielkim stopniu pozwala nam ona wnioskować o tym, czy w następnym badaniu otrzymamy istotnie statystyczny efekt (chyba, że wartość p jest naprawdę bardzo niska, przykładowo $p < 0,001$; por. Cumming, 2013, rodz. 5).

Do sceptycyzmu i ostrożności zmuszają też pojawiające się w ostatnich latach doniesienia, że badacze bardzo często stosują różne sztuczki statystyczne, żeby osiągnąć pożądane $p < 0,05$ (John, Loewenstein, Prelec, 2012). Być może dlatego w literaturze

jest obecnie nieprawdopodobnie dużo wartości p nieznacznie tylko mniejszych od 0,05 (por. Masicampo, Lalonde, 2012).

W rzeczy samej we współczesnej psychologii pojawia się coraz więcej głosów, żeby wycofać się z podawania istotności statystycznej albo używać jej tylko jako dodatkowy wskaźnik (Cohen, 1994/2006; Cumming, 2013; Kline, 2013). Jest ona jednak tak rozpowszechniona, że prawdopodobnie zajmie długie lata jej wyrugowanie z praktyk publikacyjnych (o ile w ogóle). Nie zniknie też z setek tysięcy już opublikowanych artykułów. Stąd Czytelnik powinien wiedzieć, jak ją zinterpretować, mając jednak świadomość jej niedoskonałości.

INTERPRETACJA WIELKOŚCI EFEKTÓW

Na początek założmy, że testujemy empirycznie nową terapię wspomagającą rzucenie palenia. Okazało się, że po trzymiesięcznej terapii z paleniem rozstało się 50% uczestników terapii. Wiemy więc, że skuteczność określonej terapii jest niemała, choć będzie nadużyciem reklamować ją jako cudowny i niezawodny dla każdego sposób na rozstanie się z nałogiem.

Jaka jest istotność statystyczna tego efektu? Sam odsetek osób, które skutecznie rzuciły palenie, nam tego nie powie. Wskaźnik istotności statystycznej będzie różny w zależności od tego, jak dużą grupę zbadaliśmy. Tym niemniej i bez niego informacja o tym, że 50% osób porzuciło palenie, jest intuicyjnie uchwytana i zrozumiała. Owo „50%” jest najprostszym przykładem wielkości efektu. Wielkości efektu to ilościowa miara natężenia określonego zjawiska będącego przedmiotem zainteresowania badaczy.

Wyobraźmy sobie teraz, że dowiadujemy się, że po zastosowaniu pewnej nowatorskiej terapii w grupie palaczy średnia liczba wypalanych dziennie papierosów zmniejszyła się o osiem. Różnica średnich też jest rodzajem miary wielkości efektu. Czy osiem papierosów to mało, czy dużo? Choć jednostka jest intuicyjnie łatwo zrozumiała, jest to już bardziej problematyczne w interpretacji. Przykładowo, nie wiemy, czy badani palili wcześniej mało, czy dużo. Te osiem papierosów mniej dziennie może oznaczać, że prawie wszyscy rzucili palenie albo że badani nieznacznie tylko ograniczyli nałóg. Mówiąc inaczej, podana różnica średnich to mało lub dużo w zależności od tego, jaka jest ogólna zmienność (wariancja) danych.

W celu lepszego zobrazowania zagadnienia podany zostanie jeszcze inny przykład. Założmy, że okazuje się, że dzięki nowatorskiej technice motywowania biegacze poprawili swój czas o 1 sekundę. Wiele osób pewnie nie zadowolili się tą informacją, ale intuicyjnie zapyta „a na jakim dystansie?”. Jeśli mówimy o 1 sekundzie w maratonie, poprawa taka praktycznie nic nie znaczy. Natomiast 1 sekunda na 100 metrów to gi-

gantyczny postęp. A więc określony wynik może znaczyć mało lub dużo w zależności od ogólnej zmienności danych.

Dodatkowo w psychologii wiele danych jest wyrażonych w trudno interpretowalnych jednostkach. Przykładowo, czy to dużo czy mało, jeśli księgowi w porównaniu z artystami uzyskują 34 punkty więcej w teście mierzącym potrzebę domknięcia poznawczego (Webster, Kruglanski, 1994)? Dlatego wypracowano w statystyce miary wielkości efektów, które uwzględniają ogólną zmienność danych i które mogą być stosowane do dowolnych jednostek. O takich miarach mówimy, że są wystandaryzowane, co oznacza, że wszelkie dane można wyrazić przy pomocy tych miar i określone wielkości interpretować w ten sam sposób.

Najpopularniejszą z takich miar jest d Cohena. Obliczana jest ona w ten sposób, że różnica średnich (dwóch grup, np. eksperymentalnej i kontrolnej) dzielona jest przez miarę zmienności danych, konkretnie wielkość odchylenia standardowego. Jej wielkość rozciąga się od zera do teoretycznie nieskończoności (możliwe są też wyniki ujemne, ale one oznaczają po prostu inny kierunek zależności), jednak w psychologii rzadko spotykamy wielkości większe niż 1,0 i ekstremalnie rzadko większe niż 2,0.

Przykładowo, metaanalizy podają, że skuteczność psychoterapii poznawczo-behawioralnej w leczeniu depresji wynosi około $d = 0,8$ w porównaniu z grupą osób niepoddanych żadnej terapii (np. Gloaguen i in., 1998). Oznacza to literalnie, że osoby po psychoterapii uzyskują na określonej skali zmiennych zależnych (np. w skali depresji Becka) wyniki o 0,8 odchylenia standardowego lepsze.

Określona liczba odchyłeń standardowych jest trudna do interpretacji dla niestatystyków. Czy można łatwiej zinterpretować konkretną wielkość d Cohena? W tab. 1 podano, jakie wartości umownie uznaje się za małe, średnie, duże i bardzo duże (por. Cohen, 1988 i Rosenthal, 1996). Istnieją możliwości jeszcze bardziej precyzyjnej interpretacji, które zostały przedstawione w tab. 2. W pierwszej kolumnie podano konkretne wielkości d Cohena, a w drugiej oznaczono, jaki procent osób (z grupy o niższej średniej) ma wynik poniżej przeciętnego wyniku osoby z grupy o wyższej średniej. Jeśli przykładowo różnica w dobrostanie po terapii wynosi $d = 0,8$, oznacza to, że średnio szczęśliwa osoba po terapii jest bardziej szczęśliwa niż 79% osób bez terapii. Gdyby wynik wynosił $-0,8$, oznaczałoby to, że średnio szczęśliwa osoba po terapii ma dobrostan gorszy niż 79% osób bez terapii (a lepszy niż 21%). Ostatnia kolumna oznacza prawdopodobieństwo, z jakim losowo wybrana osoba z grupy (o wyższym wyniku) będzie miała wyższy wynik niż osoba z drugiej grupy. A więc zgodnie z naszym przykładem: jeśli terapia w stosunku do braku terapii jest skuteczna na poziomie $d = 0,8$, to jeśli wylosujemy z populacji osób z zaburzeniami jedną osobę po terapii i jednego pechowca bez terapii, to istnieje 71% szansy, że osoba po terapii będzie miała wyższy wynik.

Tab. 1. Podstawowe miary wielkości efektu, miary, które są interpretowane podobnie, oraz orientacyjne wielkości ułatwiające interpretację^a

Podstawowe miary wielkości efektu	Miary siły efektu, których wielkość interpretujemy w podobny sposób	Efekty słabe	Efekty średnie	Efekty silne	Efekty bardzo silne
d (Cohena)	Δ , d Glassa, g Hedgesa	0,2-0,5	0,5-0,8	0,8-1,3	> 1,3
r (Pearsona)	R, φ , ρ , β , τ (tau) oraz ich pochodne*	0,1-0,3	0,3-0,5	0,5-0,7	> 0,7
r [*]	R ² , η^2 , ω^2 , ϵ^2	0,01-0,09	0,09-0,25	0,25-0,49	> 0,49

Źródło: na podstawie J. Cohen (1988) i J.A. Rosenthal (1996).

*Pochodne tych wielkości efektów są oznaczane dodatkowymi symbolami, np. R_{adj}, ω_p itp.

Statystykę d Cohena stosuje się, gdy porównujemy wyniki osób z dwóch grup (np. kobiet i mężczyzn, chorych i zdrowych, osób przed terapią i po terapii, grupy kontrolnej i eksperymentalnej). W tym wypadku zmienna niezależna („przyczyna”) jest kategoryjalna (inaczej nominalna), a zmienna zależna („skutek”) jest ilościowa. Nierzadko jednak w psychologii mamy do czynienia z sytuacją, gdy chcemy porównać ze sobą dwie zmienne ilościowe. Przykładowo chcemy sprawdzić, jaka jest siła związku między inteligencją a zarobkami. W takim wypadku najczęściej używaną statystyką jest r (Pearsona) i jest to miara korelacji. Interpretujemy ją inaczej niż wielkość d Cohena. Po pierwsze wartość bezwzględna tej miary musi być w zakresie <0,1>, gdzie 0 to brak związku, a 1 to najsilniejszy możliwy związek (tak jak w przypadku d Cohena znowu możliwe są ujemne korelacje i analogicznie nie oznaczają one związku słabszego niż zero, ale po prostu inny kierunek zależności).

Jak interpretować konkretne wartości r Pearsona? W literaturze przyjmuje się umownie, że wielkości podane w tab. 1 są odpowiednio: małe, średnie, duże i bardzo duże. W analizie G.E. Gignaca i E.T. Szodorai (2016) dotyczącej spotykanych wielkości efektów w literaturze różnic indywidualnych stwierdzono jednak, że wielkość korelacji $r > 0,5$ występuje tylko w 3% opisywanych w literaturze naukowej efektów. Z kolei 75% korelacji ma wartość bezwzględną $r < 0,29$, a połowa jest słabsza od 0,19. Zatem być może umowne wielkości efektów są zbyt wyśrubowane relatywnie w stosunku do tego, co odkrywamy w badaniach psychologicznych.

Miarę korelacji można podnieść do kwadratu i wtedy wielkość r^2 informuje nas o tym, ile procent wariancji (czyli zmienności) udało się wyjaśnić. Przykładowo korelacja między sumiennością a osiągnięciami akademickimi to około $r = 0,24$ (O'Connor, Paunonen, 2007), a więc po podniesieniu do kwadratu $r^2 = 0,057$. Oznacza to, że

¹ Wymowa greckich liter jest następująca: Δ – delta; φ – fi, ρ – rho; β – beta, τ – tau; η^2 – eta-kwadrat, ω^2 – omega kwadrat, ϵ^2 – epsilon-kwadrat (uwaga: nie należy mylić współczynnika korelacji ρ (rho) ze współczynnikiem istotności statystycznej p).

Tab. 2. Sposoby interpretowania wielkości efektu d Cohena

Wielkość efektu (d Cohena)	Odsetek osób z grupy kontrolnej*, które mają wynik niższy niż średni wynik w grupie eksperymentalnej	Prawdopodobieństwo, że osoba z grupy eksperymentalnej będzie miała wyższy wynik niż osoba z grupy kontrolnej, jeśli wybierzemy z populacji dwie osoby w sposób losowy
0.0	50%	0,50
0.1	54%	0,53
0.2	58%	0,56
0.3	62%	0,58
0.4	66%	0,61
0.5	69%	0,64
0.6	73%	0,66
0.7	76%	0,69
0.8	79%	0,71
0.9	82%	0,74
1.0	84%	0,76
1.2	88%	0,80
1.4	92%	0,84
1.6	95%	0,87
1.8	96%	0,90
2.0	98%	0,92

Źródło: wyliczono na podstawie wzorów z pracy K.O. McGraw i S.P. Wong (1992).

*Zakładamy, że osoba z grupy eksperymentalnej ma wyższy wynik. Wartości ujemne d Cohena interpretowalibyśmy analogicznie, ale w przeciwnym kierunku. Oczywiście d Cohena możemy stosować nie tylko do porównań grup eksperymentalnych, lecz także grup, takich jak płeć, choroba/brak choroby, osoby przed terapią i po terapii itd.

sumienność wyjaśnia² 5,7% zmienności sukcesu akademickiego. Nie jest to bardzo dużo, ale z drugiej strony – nie licząc inteligencji ogólnej – na tle innych zmiennych dyspozycyjnych jest to jeden z najlepszych prognostyków.

Jest jeszcze inny sposób interpretacji. W tab. 3 obok wielkości współczynnika korelacji r podano w drugiej kolumnie liczbę, którą interpretujemy następująco. Załóżmy, że mamy korelację dwóch zmiennych (np. inteligencja i zarobki). Wyznamy mediany rozkładów tych dwóch zmiennych. Jeśli korelacja pomiędzy zmiennymi wynosi $r = 0,00$, to wśród osób, które mają inteligencję powyżej mediany, 50% osób będzie

² Przy założeniu, że jest to zależność przyczynowo-skutkowa, a nie pozorna. Badania korelacyjne nie udzielają na to jednoznacznej odpowiedzi.

Tab. 3. Interpretacja szczegółowa wielkości korelacji r Pearsona

Wielkość współczynnika korelacji r (Pearsona)	Odsetek, który mając jedną zmienną powyżej mediany, ma równocześnie wynik w drugiej zmiennej powyżej mediany
0,00	50,0%
0,05	51,5%
0,10	53,1%
0,15	54,7%
0,20	56,4%
0,25	58,0%
0,30	59,7%
0,35	61,3%
0,40	63,1%
0,45	64,8%
0,50	66,6%
0,55	68,5%
0,60	70,4%
0,65	72,5%
0,70	74,6%
0,75	76,9%
0,80	79,5%
0,85	82,3%
0,90	85,6%
0,95	89,8%
1,00	100,0%

Źródło: opracowanie na podstawie W.B. Michael (1966).

miało zarobki powyżej mediany i 50% osób będzie miało zarobki poniżej mediany. Jeśli jednak korelacja ta jest niezerowa i wynosi przykładowo $r = 0,30$ (tyle rzeczywiście mniej więcej wynosi, np. Zagorsky, 2007), to wśród osób, które mają inteligencję powyżej mediany, 59,7% osób będzie miało zarobki powyżej mediany, a 40,3% osób będzie miało zarobki poniżej mediany. Na pierwszy rzut oka różnice nie są bardzo duże, ale wśród osób o podwyższonej inteligencji jest prawie 50% więcej osób o podwyższonych zarobkach, jeśli za punkt odniesienia przyjąć grupę osób o inteligencji poniżej mediany. Gdyby to była korelacja ujemna, przykładowo także $r = -0,30$, interpretacja byłaby odwrotna (jeśli ktoś ma inteligencję powyżej mediany, to ma 40,3% szans, że ma zarobki poniżej mediany).

Miary wielkości efektu d Cohena, r Pearsona (oraz jej pochodna r^2) są najczęściej występującymi miarami wielkości efektu spotykanymi w literaturze. Interpretacja ich wielkości jest inna, ale możemy łatwo przekształcić jedną w drugą przy pomocy wzorów.

$$d = 2r / [(1 - r^2)^{1/2}]$$

$$r = [d^2 / (d^2 + 4)]^{1/2}$$

Istnieje też wiele innych statystyk, które są konceptualnie do nich zbliżone i które stosujemy do innych rodzajów danych, ewentualnie przy ich obliczaniu przyjmujemy trochę inne założenia. Ich szczegółowe omówienie matematyczno-metodologiczne wymagałoby znacznie szerszego artykułu. W tym momencie wystarczy nam wiedza, że interpretacja ich wielkości jest zbliżona. W tab. 1 w drugiej kolumnie wyliczyłem te miary wielkości efektów. Dodatkowo w tab. 4 przedstawiłem te statystyki, których wielkości nie należy interpretować. Pojawiają się one regularnie w artykułach, ale tylko dlatego, że są potrzebne do wyliczenia poziomów istotności statystycznej. Najczęściej spotykaną statystyką jest t (Studenta). Jeśli znamy jego wartość oraz liczbę stopni swobody (oznaczane jako df ; ang. *degrees of freedom*), to możemy wyliczyć d Cohena za pomocą wzoru³.

$$d = 2t / (df^{1/2})$$

Tab. 4. Zestawienie statystyk, których wielkości nie powinno się interpretować, gdyż są zależne od wielkości próby

Statystyka	Kiedy jest stosowana
t (Studenta)	Porównywanie średnich przy danych ilościowych
U (Manna-Whitneya), W (Wilcoxon)	Porównywanie średnich (rang) przy danych porządkowych
χ^2 (chi-kwadrat)	Tabele krzyżowe (zmiennne nominalne x zmiennne nominalne)
F	Analiza wariancji

Źródło: opracowanie własne.

Poza wyżej wymienionymi Czytelnik może jeszcze spotkać miary efektu oparte na ryzyku, najczęściej spotykane to ryzyko względne (RR, ang. *relative risk*) i iloraz szans (OR, ang. *odds ratio*). Dane takie występują dużo częściej w czasopismach medycznych, niemniej sporadycznie pojawiają się w psychologii (np. Walker i in., 2002 badali ryzyko względne leczenia psychiatrycznego w zależności od ilorazu inteligencji).

³ Alternatywnie możemy zamiast df wstawić $N - 2$, gdzie N to wielkość próby badanej.

Przykładowo w jednym z pierwszych badań sprawdzających skuteczność szczepionki na polio wyliczono, że w grupie prawie 200 tysięcy zaszczepionych osób polio rozwinęło się u 33, natomiast w podobnie licznej grupie niezaszczepionych zachorowało 115 (dane za: Rosnow, Rosenthal, 2003). Gdyby na podstawie tych danych obliczyć standardowe wielkości efektu, to okazałyby się, że są one mikroskopijne (większość osób tak czy owak nie zachorowała na polio). Jednak w tym wypadku jest to mało sensowne, gdyż możemy założyć, że olbrzymia większość osób w badaniu nie zetknęła się z wirusem polio i nie miała szans na rozwinięcie choroby. Jeśli natomiast porównamy ryzyko względne, to okaże się, że szansa zapadnięcia na polio w grupie zaszczepionej jest prawie 3,5 razy mniejsza niż w grupie kontrolnej.

Przy interpretowaniu zarówno ryzyka względnego, jak i ilorazu szans wskazuje się, że wielkość 2,0 to słaby efekt, 3,0 to efekt umiarkowany, a 4,0 to efekt silny (Ferguson, 2009). Im większa bazowa zachorowalność, tym określone ryzyko względne nabiera większego znaczenia.

Na koniec tej sekcji chciałbym podać dwie przestrogi. Przedstawione tu wielkości efektów określane jako duże, średnie i małe należy traktować z ostrożnością. Ostateczna interpretacja danej wielkości efektu zależy od tego, jaki efekt osiągamy oraz od tego, jakie koszty ponosimy, żeby osiągnąć ten efekt. Przykładowo, efekty polegające na obniżeniu śmiertelności lub znaczącej poprawie zdrowia są zawsze warte uwagi, nawet jeśli są bardzo słabe. Jeśli, na przykład, dowiemy się, że pewna interwencja psychologiczna powoduje, że 1% osób jej poddanych trwale przestaje palić, to statystycznie patrząc, jest to bardzo słaby efekt. Biorąc jednak pod uwagę, że palenie ma jednoznacznie szkodliwe skutki, to nawet obniżenie odsetka palących o 1% jest wysoce pożądane. Jeśli dodatkowo okazuje się, że do uzyskania takiego efektu potrzebna jest dwuminutowa rozmowa, to mimo wszystko efekt ten możemy uznać za znaczący, ponieważ niewielki wysiłek prowadzi do bardzo pozytywnych skutków. Gdyby się okazało w innym badaniu, że wielomiesięczne kampanie reklamowe kosztujące kilkadziesiąt milionów złotych również obniżają odsetek palących o 1% (wśród tych, którzy regularnie te reklamy widywali), to choć efekt ten jest – statystycznie patrząc – równie silny, to jednak w szerszym kontekście nie wygląda już tak imponująco.

Warto również pamiętać o tym, że małe efekty mogą się kumulować. Jeśli jakieś szkolenie psychologiczne podnosi efektywność sprzedaży o 2%, to na krótką metę nie będzie to spektakularnie dużo, ale w ciągu lat może się przełożyć na znaczące zyski.

INTERPRETACJA PRZEDZIAŁÓW UFNOŚCI

Jak już wspominałem, w kontrze do stosowania testów istotności statystycznej i zerojedynkowego odrzucania lub przyjmowania hipotezy badawczej, coraz większego

znaczenia nabiera sposób myślenia, który zakłada, że podstawowymi statystykami omawianymi w artykułach empirycznych powinny być wielkości efektu i przedziały ufności.

Pojawia się jednak pytanie o to, dlaczego same wielkości efektu nie są wystarczające? W badaniach empirycznych występuje zjawisko nazywane błędem próbkowania. Z zupełnie przypadkowych względów wynik naszej próby może odbiegać od rzeczywistych wyników populacji, czyli tak zwanego wyniku prawdziwego. Podkreślę, że mówimy tu tylko o wpływie przypadku, a nie o systematycznych zniekształceniach wyników wynikających z błędów metodologicznych lub świadomego oszustwa.

Przedziały ufności są to statystyki, które pozwalają określić, gdzie z dużym prawdopodobieństwem znajduje się wynik prawdziwy. Przedziały ufności można wyznaczyć dla wszelkich typów wielkości efektów (odsetka z populacji, różnicy średnich, wielkości korelacji itd.). Standardowo przedziały ufności oznacza się literkami CI (ang. *confidence interval*), podaje określoną wartość przedziału ufności oraz górny i dolny wynik dla przyjętej wartości. Czasami możemy też znaleźć oznaczenie dolnej i górnej wartości przedziału ufności, opisane odpowiednio jako LL i UL (od ang. *lower limit* i *upper limit*).

Przykładowo – w artykule możemy znaleźć takie wyrażenie: „wielkość korelacji wynosi $r = 0,04$ (CI 95% = $[-0,131; 0,209]$)”. Jak interpretować tę konkretną informację? W 95 przypadkach na 100 w przedziale $<-0,131; 0,209>$ mieści się rzeczywista (tj. występująca w populacji) wartość korelacji. W naszym przykładzie może ona być zarówno ujemna, jak i dodatnia, choć raczej jest słaba. Najbardziej prawdopodobne jest, że rzeczywista wielkość korelacji jest zbliżona do 0,04, a przynajmniej taka wartość jest bardziej prawdopodobna niż skrajny wynik (np. 0,209). Jest techniczną nieścisłością zinterpretować przedział ufności jako informację, że wynik prawdziwy jest na 95% w tym przedziale. Wyznaczony przez nas przedział ufności może go obejmować, ale nie musi, więc szansa na to wynosi albo 100%, albo 0%. Jednak w serii wielu badań w 95% przypadków przedziały ufności wskażą wynik prawdziwy.

Przedziały ufności dają nam jeszcze dodatkową pożyteczną informację. Pozwalają mianowicie określić precyzję naszego badania. Jeśli otrzymujemy informację, że „wielkość korelacji wynosi $r = 0,51$ (CI 95% = $[-0,09; 0,83]$)”, dowiadujemy się, że otrzymaliśmy silny efekt, ale precyzja naszego badania jest bardzo niska. Jest możliwe, że nasz efekt jest zerowy czy wręcz ujemny (choć oczywiście może też być jeszcze silniejszy).

KILKA UWAG NA PODSUMOWANIE

Podkreślę na koniec, że interpretacja badań empirycznych musi być zawsze dużo szersza niż tylko analiza samych statystyk. W badaniach mogą występować rozmaite

artefakty metodologiczne, przez które możemy uzyskiwać silne efekty niewystępujące w rzeczywistości (te artefakty to m.in. efekt oczekiwania interpersonalnych, zgadywanie hipotezy przez badanego, uwrażliwienie przez pomiar, niereprezentatywność prób itd.; wyczerpujące omówienie na ten temat zawiera podręcznik J. Brzezińskiego [2012]). Sporadycznie, wyniki niektórych badań są po prostu oszustwem, co dobitnie pokazał kilka lat temu przykład wybitnego wówczas psychologa społecznego D. Stapela. Dlatego, aby uzyskać możliwie najbardziej wyczerpującą wiedzę, konieczne jest analizowanie więcej niż wyników jednego badania. Jedno z podstawowych pytań, jakie powinniśmy sobie stawiać, to „czy ktoś powtórzył to badanie?”. Zadając konkretne pytanie badawcze, powinniśmy szukać wielu badań lub w miarę możliwości metaanaliz. Metaanalizy są szczególnym typem artykułu empirycznego, który zawiera ilościowe podsumowanie wielu badań. Metaanalizy też czasami podają mylne informacje, ale są najpewniejszym źródłem wiedzy.

LITERATURA

- Brzeziński, J. (2012). *Metodologia badań psychologicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chamorro-Premuzic, T., Reimers, S., Hsu, A., Ahmetoglu, G. (2009). Who art thou? Personality predictors of artistic preferences in a large UK sample: The importance of openness. *British Journal of Psychology*, 100(3), 501-516.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Cohen, J. (1994/2006). Ziemia jest okrągła ($p < 0,05$). W: J. Brzeziński, J. Siuta (red.), *Metodologiczne i statystyczne problemy psychologii* (100-118). Poznań: Zysk i S-ka.
- Cumming, G. (2013). *Understanding the new statistics: Effect sizes, confidence intervals, and meta-analysis*. New York: Routledge.
- Ferguson, C.J. (2009). An effect size primer: A guide for clinicians and researchers. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40(5), 532-538.
- Francuz, P., Mackiewicz, R. (2007). *Liczy nie wiedzę, skąd pochodzi. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Gelitz, Ch. (2011). Podyskutujmy o gustach. *Charaktery*, 3, 34-38.
- Gigerenzer, G. (2004). Mindless statistics. *The Journal of Socio-Economics*, 33, 587-606.
- Gignac, G.E., Szodorai, E.T. (2016). Effect size guidelines for individual differences researchers. *Personality and Individual Differences*, 102, 74-78.
- Gloaguen, V., Cottraux, J., Cucherat, M., Blackburn, I. (1998). A meta-analysis of the effects of cognitive therapy in depressed patients. *Journal of Affective Disorders*, 49, 59-72.
- Hubbard, R., Ryan, P.A. (2000). The historical growth of statistical significance testing in psychology – And its future prospects. *Educational and Psychological Measurement*, 60(5), 661-681.
- John, L., Loewenstein, G., Prelec, D. (2012). Measuring the prevalence of questionable research practices with incentives for truth-telling. *Psychological Science*, 23, 524-532.
- King, B., Miniun, E. (2009). *Statystyka dla psychologów i pedagogów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Kline, R.B. (2013). *Beyond significance testing. Statistics reform in the behavioral sciences*. American Psychological Association.
- Masicampo, E.J., Lalande, D.R. (2012). A peculiar prevalence of p values just below .05. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 65(11), 2271-2279.
- Michael, W.B. (1966). An Interpretation of the Coefficients of Predictive Validity and of Determination in Terms of the Proportions of Correct Inclusions or Exclusions in Cells of a Fourfold Table. *Educational and Psychological Measurement*, 26(2), 419-426.
- McGraw, K.O., Wong, S.P. (1992). A common language effect size statistic. *Psychological Bulletin*, 111(2), 361-365.
- O'Connor, M.C., Paunonen, S.V. (2007). Big Five personality predictors of post-secondary academic performance. *Personality and Individual Differences*, 43(5), 971-990.
- Rosenthal, J.A. (1996). Qualitative descriptors of strength of association and effect size. *Journal of Social Service Research*, 21(4), 37-59.
- Rosnow, R.L., Rosenthal, R. (2003). Effect sizes for experimenting psychologists. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, 57(3), 221.
- Walker, N.P., McConville, P.M., Hunter, D., Deary, I.J., Whalley, L.J. (2002). Childhood mental ability and lifetime psychiatric contact: A 66-year follow-up study of the 1932 Scottish Mental Ability Survey. *Intelligence*, 30(3), 233-245.
- Webster, D.M., Kruglanski, A.W. (1994). Individual differences in need for cognitive closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(6), 1049-1062.
- Zagorsky, J.L. (2007). Do you have to be smart to be rich? The impact of IQ on wealth, income and financial distress. *Intelligence*, 35(5), 489-501.

INTERPRETACJA STATYSTYK W ARTYKUŁACH NAUKOWYCH – WSKAZÓWKI DLA PRAKTYKÓW

STRESZCZENIE: Artykuł zawiera informacje o tym, jak interpretować podstawowe dane statystyczne: wskaźniki istotności statystycznej, wielkości efektu i przedziały ufności. Pokazano kilka heurystyk użytecznych przy interpretacji wielkości efektów korelacji r Pearsona, statystyki d Cohena oraz relatywnego ryzyka. Olbrzymia większość pozostałych efektów jest pochodną wyżej wymienionych. Dodatkowo wskazano również, jakie są ograniczenia wybranych wskaźników, szczególnie istotności statystycznej. Artykuł jest pomyślany jako pomoc szczególnie dla psychologów praktyków.

SŁOWA KLUCZOWE: wielkość efektu, istotność statystyczna, przedziały ufności, interpretowanie danych statystycznych.

THE INTERPRETATION OF THE STATISTICAL DATA IN SCIENTIFIC PAPERS – ADVICES FOR PRACTITIONERS

SUMMARY: The article contains information how to interpret statistical data: statistical significance, effect size and confidence intervals. Several heuristics are given how to usefully interpret the magnitude of the correlation Pearson's r, Cohen's d and relative risk. The vast majority of other effects is a derivative of the aforementioned. In addition, I also show the limitations of selected indicators, especially statistical significance. This article is intended as an aid especially for psychologists practitioners.

KEYWORDS: effect size, statistical significance, confidence interval, interpretation of statistical data.

СЕРГЕЙ М. ШИНГАЕВ (SERGEY M. SHINGAEV*)

Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования, Россия, Санкт-Петербург

ЗДОРОВЬЕ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРОВ

Вопросы ценности здоровья и его роли в жизнедеятельности человека неизменно стояли в фокусе внимания ряда российских ученых. Анализ современных научных работ о ценности здоровья у представителей разных профессий показывает, что большинство из них отличается фрагментарностью исследований: либо рассматриваются представители отдельно взятой профессии или группы профессий, например, руководители (Кричевский, 1996; Сущенко, 2002; Авдеева, 2011; Хмарук, Пономарев, 2012; Макгэннон, Макгэннон, 2013), менеджеры (Березовская, 2001), преподаватели вузов (Дудченко, 2003), представители социономических профессий (Богачева, 2010), либо берется отдельно взятый период в жизни и деятельности человека (Васильева, Филатов, 1998; Намятова, 2002; Никифоров, 2006).

Вместе с тем необходимо признать, что ощущается нехватка исследований о ценности здоровья у конкретной взятой профессиональной группы в разные возрастные периоды с различным стажем работы. Это вывело нас на необходимость разработки концепции психологического обеспечения профессионального здоровья специалистов на разных этапах их профессионального пути (от «входа» в профессию, выбора специальности и до «выхода из нее», ухода на пенсию). В качестве выборки исследования нами была взята профессиональная группа – менеджеры.

* Sergey M. Shingaev – Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РГНФ, название гранта «Теоретико-методологические основы ресурсного подхода к психологическому обеспечению профессионального здоровья руководителей» No 15-06-10638.

Профессия менеджера является одной из наиболее перспективных профессий как в современном мире, так и в России. Выбирая этот профессиональный путь, человек неминуемо сталкивается с систематическими психологическими и физическими нагрузками, периодически возникающими стрессовыми ситуациями, ненормированным рабочим днем, неполноценным отдыхом. Все это в совокупности негативно влияет на состояние здоровья менеджеров и уровень их работоспособности.

Однако в этом вопросе зачастую наблюдается парадоксальная ситуация. По нашим данным, полученным в ходе опроса менеджеров высшего и среднего звена российских компаний, 47% опрошенных никак не поддерживают свое здоровье на работе, зачастую даже не задумываясь об этом. В то же время все без исключения менеджеры заявили, что здоровье для их профессиональной деятельности имеет важное значение (Шингаев, 2014).

Здоровье сегодня, к сожалению, не является самостоятельной ценностью для менеджера. Зачастую он не использует даже те знания и навыки, которыми обладает. Состояние здоровья большинства менеджеров характеризуется тем, что резервы здоровья достаточны для поддержания жизнедеятельности в обычном режиме. Превышение же нагрузки, особенно на фоне неопределенности и нестабильности, приводит к быстрому истощению сил, утомлению и дистрессу.

Исходя из этого и определен предмет нашего исследования. *Предметом исследования* выступает здоровье и его место в системе ценностей современного менеджера на разных этапах его профессионального пути.

Отношение менеджеров к здоровью неоднозначное: подавляющее большинство соглашается, что оно необходимо, его следует укреплять и одновременно не прилагает сколько-нибудь заметных усилий в этой области. Многие руководители обладают крепким здоровьем и не задумываются над тем, что будет с их здоровьем через 5–10–15 лет. Большинство не видит связи между здоровьем и эффективностью профессиональной деятельности. Потребность в сохранении и поддержании здоровья у них не актуализирована (Шингаев, 2014).

В диссертации Р.А. Березовской приводятся характерные особенности отношения менеджеров к своему здоровью как к фактору профессиональной деятельности. «На когнитивном уровне: достаточно адекватное представление о сущности здоровья и его роли в осуществлении профессиональной деятельности руководителя. На поведенческом уровне: низкий уровень активности поведения, связанного со здоровьем, и относительно более высокий уровень активности поведения, связанного с профессиональным здоровьем. На эмоциональном уровне: низкий уровень тревожности к ухудшению состояния здоровья. На ценностно-мотивационном уровне: в системе терминальных ценностей менеджеров «здоровье» занимает второе место после «работы (карьеры)». На

самооценочном уровне: более высокая самооценка здоровья в целом, чем профессионального здоровья» (Березовская, 2001, с. 20). Р.А. Березовской установлено, что с возрастом изменяется отношение менеджеров к своему здоровью как к фактору профессиональной деятельности:

С одной стороны, по мере увеличения возраста респондентов ценность здоровья (как терминальная, так и инструментальная) и осознание ответственности за его сохранение (уровень интернальности) возрастают, а, с другой стороны, уровень поведенческой активности, направленной на его поддержание, снижается.

Выявлено, что на эмоциональном и самооценочном уровнях для руководителей старшей возрастной группы характерно проявление психологических механизмов защиты, направленных на маскировку истинных переживаний, связанных со здоровьем.

Установлено также, что для менеджеров младшей возрастной группы характерна более высокая общая (не дифференцированная) самооценка здоровья, чем самооценка профессионального здоровья; а для руководителей старшей возрастной группы наоборот (Березовская, 2001, с. 21).

Отметим также, что рассмотрение здоровья в контексте профессионально-важных качеств (ПВК) менеджера также пока не дает оснований для позитивных выводов. Как известно, попытки выделения профессионально-важных качеств менеджеров предпринимались неоднократно (Шингаев, 2013). Вместе с тем анализ перечней ПВК в американской и европейской модели менеджмента показывает, что в большинство из них здоровье напрямую не включается. В то же время японская модель менеджмента, придающая большое значение человеку в общей системе научной организации труда, наоборот, подразумевает включение в перечень ПВК менеджера здоровья как отдельного и важного качества. Р.Л. Кричевский приводит данные опроса президентов 41 крупной японской компании, которые назвали качества, необходимые, с их точки зрения, менеджерам высшего класса. 46% опрошенных на первое место поставили здоровье и это лидер среди других менеджерских качеств по числу упоминаний. Топ-менеджеры напрямую связывают эффективное руководство со здоровьем: «учитывая чрезвычайно напряженный характер менеджерского труда, вряд ли стоит рассчитывать на успех в нем человека с плохим здоровьем» (Кричевский, 1996).

Российские исследователи в области психологии менеджмента в прямой постановке также не включают здоровье в перечень ПВК менеджеров, и, следовательно, не дают теоретических обоснований для включения здоровья в систему важных ценностей менеджера.

На наш взгляд, здоровье является важным и более того первостепенным качеством менеджера, обеспечивающим эффективное исполнение им своих

функций. Оно включает в себя физический, психический и социальный компоненты, обеспечивает нормальную физическую и умственную работоспособность, хорошее самочувствие, умение справляться с вызовами и требованиями профессиональной среды (Шингаев, 2003, 2013).

Целью нашего исследования являлось рассмотрение системы ценностей современного российского менеджера, определение того места, которое занимает в этой системе здоровье.

ОСНОВНЫЕ ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. Здоровье входит в «пятерку» важнейших ценностей современного российского менеджера, наравне со «счастливой семейной жизнью», «интересной работой», «любовью», «материально обеспеченной жизнью».

2. По мере прохождения менеджером профессионального пути (от «входа» в профессию и до «выхода» из неё) здоровье в системе ценностей занимает все более высокие места.

Задачи исследования: 1) Определить систему ценностей менеджеров и выделить место, занимаемое ценностью «здоровье» в этой системе ценностей; 2) Провести сравнительный анализ системы ценностей менеджеров на разных этапах профессионального пути.

МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В течение пятнадцати лет (2002-2016) нами проводились эмпирические исследования, связанные с изучением психологических аспектов профессионального здоровья менеджеров на разных этапах их профессионального пути. В рамках отдельно взятого модуля рассматривалась система ценностей менеджеров и место ценности «здоровье» в этой системе. Для этого в эмпирическом исследовании нами использовалась модифицированная методика М. Рокича «Система ценностей-целей и уровень их реализованности». Корреляционный анализ позволил нам выделить связанные именно со здоровьем ценности менеджеров, а также выявить корреляционные связи ценности «здоровье» с семейным положением, полом и возрастом исследуемых.

Выборка. В исследовании участвовали: менеджеры-выпускники высших учебных заведений, работающие по специальности до 2-х лет – 90 человек (40 мужчин и 50 женщин); менеджеры с опытом работы от 5 до 15 лет – 651 человек (291

мужчина и 360 женщин); менеджеры предпенсионного возраста – 56 человек (18 мужчин и 38 женщин).

В группе менеджеров с опытом работы от 5 до 15 лет были выделены топ-менеджеры (136 человек), менеджеры среднего звена (235 человек) и специалисты (280 человек, менеджеры, не имеющие в своем подчинении других сотрудников, это менеджеры по продажам, менеджеры по рекламе и т.п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Наше исследование (табл. 1) выявило систему ценностей современных руководителей высшего и среднего звена, специалистов (в порядке убывания значимости). Как видим, по мере продвижения по карьерной лестнице ценность интересной работы, профессиональной карьеры снижается и вырастает ценность здоровья (Шингаев, 2016).

Таблица 1. Система ценностей современного менеджера

Ценности	Топ-менеджеры	Менеджеры среднего звена	Специалисты
Счастливая семейная жизнь	2	2	2
Интересная работа	4	4	3
Здоровье	1	1	4
Любовь	3	3	1

Источник: данные автора.

Ухудшение здоровья сказывается, по мнению менеджеров, на ценности и доступности ряда жизненных ценностей. Управленцы, оценивающие свое здоровье как плохое, полагают, что одновременно с ухудшением здоровья они теряют общественное признание (уважение окружающих), а также имеют меньше возможностей для проявлений творчества. Вместе с тем снижение самооценки здоровья заставляет менеджеров с большим трепетом относиться к такой ценности, как «Красота природы, искусства, переживание прекрасного».

Здоровье как жизненная ценность у менеджеров положительно коррелирует с такими ценностями, как интересная работа, счастливая семейная, материально обеспеченная, активная и деятельная жизнь, любовь, а также с доступностью переживаний прекрасного. Самая высокая связь (на уровне достоверности

$p < 0,001$) ценности «Здоровье» выявлена с ценностями «Интересная работа» и «Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)».

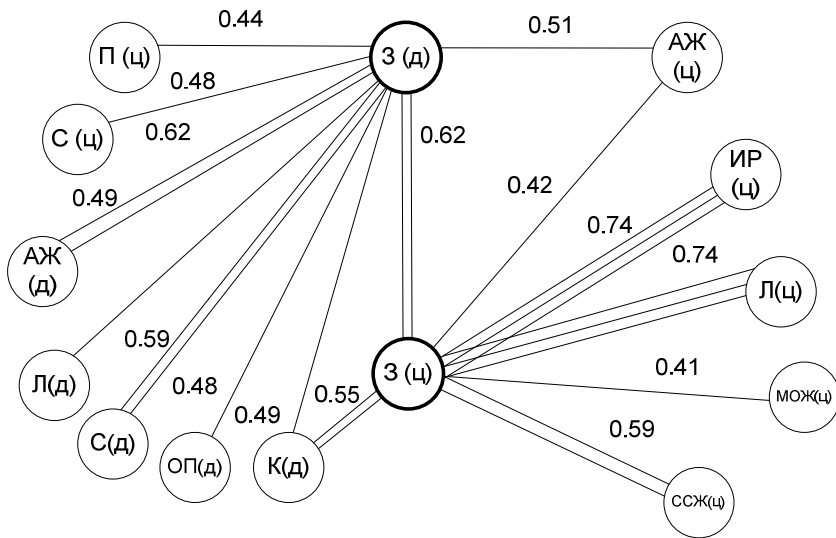
Для женатых (замужних) менеджеров большую ценность представляет любовь как духовная и физическая близость с любимым человеком. Для женщин большее значение имеет ценность «Свобода» (коэффициент корреляции Пирсона $r = 0,31$, уровень достоверности $0,001$).

В ходе исследования респондентам было предложено оценить уровень ценности и уровень реализованности разных сфер жизни (табл. 2). Интересно, что среди ценных сторон жизни здоровье ставится менеджерами на первое место, в то время как по уровню доступности оно занимает третье место.

Таблица 2. Ценность и доступность разных сторон жизни (самооценка менеджеров)

Названия ценностей	Ценность (место)	Реализованность (% / место)
Активная деятельная жизнь	6	66 / 4
Жизненная мудрость	11	47 / 16
Здоровье (физическое и психическое)	1	67 / 3
Интересная работа	4	65 / 5
Красота природы и искусства	18	50 / 15
Любовь	3	69 / 2
Материально обеспеченная жизнь	5	51 / 14
Наличие друзей	7	71 / 1
Общественное признание	15	58 / 10
Познание	12	56 / 12
Продуктивная жизнь	13	57 / 11
Развитие	9	59 / 9
Свобода от внутренних противоречий	10	61 / 7
Счастливая семейная жизнь	2	62 / 6
Счастье других	17	43 / 17
Возможность сделать профессиональную карьеру	14	55 / 13
Творчество	16	41 / 18
Уверенность в себе	8	60 / 8

Источник: данные автора.



З(ц)-здоровье (ценность); З(д)-здоровье (доступность); АЖ(ц)-активная жизнь (ценность); ИР(ц)-интересная работа (ценность); Л(ц)-любовь (ценность); МОЖ(ц)-материально обеспеченная жизнь (ценность); П(ц)-познание (ценность); С(ц)-свобода (ценность); ССЖ(ц)-счастливая семейная жизнь (ценность); АЖ(д)-активная жизнь (доступность); К(д)-красота (доступность); Л(д)-любовь (доступность); С(д)-свобода (доступность); ОП(д)-общественное признание (доступность).

$p < 0.001$ ===== $p < 0.01$ ===== $p < 0.05$ =====

Рис. 1. Корреляционные связи между уровнями ценности и доступности жизненных ценностей менеджеров

Источник: данные автора.

Уровень доступности здоровья имеет положительную корреляционную связь с общественным признанием (уважением окружающих), свободой, любовью, переживанием прекрасного (красоты природы, искусства), активной жизнью, а также с такими ценностями, как свобода и познание (рис. 1).

Анализ корреляционной плеяды свидетельствует о наличии четырех базовых, с точки зрения менеджеров, ценностей, имеющих положительные связи между собой на высоком уровне значимости ($p < 0,001$ и $p < 0,01$): «Здоровье (физическое и психическое)», «Интересная работа», «Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)», «Счастливая семейная жизнь» (рис. 2).

Для современных российских менеджеров работа, здоровье, любовь и счастье в семейной жизни взаимосвязанные ценности. Чем более уважительно менеджер относится к своей работе, тем больше внимания он обращает на свое здоровье и ценит семейную жизнь и любовь.

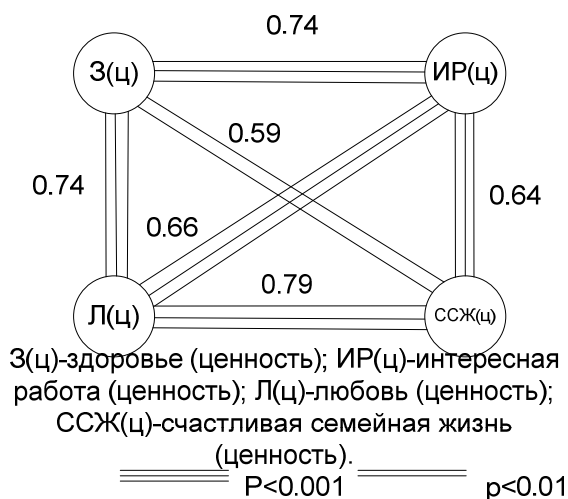


Рис. 2. Корреляционные связи между ценностями менеджеров

Источник: данные автора.

Примечательно, что доступность ценности «Любовь» имеет положительную корреляционную связь (на уровне значимости $p < 0,001$) с доступностью ценностей, имеющих отношение к профессиональной деятельности менеджера: «Интересная работа», «Возможность сделать профессиональную карьеру», а также с доступностью ценностей «Здоровье (физическое и психическое)», «Активная, деятельная жизнь», «Свобода как независимость в поступках и действиях», «Счастливая семейная жизнь».

Обнаружено, что с возрастом снижается ценность фактора «Уверенность в себе, свобода от внутренних противоречий», что объясняется тем, что, как правило, менеджеры старшего возраста уже добились существенных успехов в жизни и им уже не надо так, как в молодости, доказывать что-либо другим, демонстрируя уверенное поведение. Жизненная философия сложилась и не претерпевает глобальных изменений.

Область рассогласования ценности и реализованности прежде всего находится в ценностях «Счастливая семейная жизнь» (по уровню ценности она стоит на втором месте, а по уровню реализованности на практике – на шестом), «Материально обеспеченная жизнь» (соответственно на пятом и четырнадцатом), «Здоровье» (соответственно на первом и третьем). Это может служить основанием для развития процессов, негативно влияющих на профессиональное здоровье менеджера – хочется одного, а в жизни получается иначе. Как защитную

реакцию можно интерпретировать тот факт, что ценность «Наличие друзей», занимающая седьмое место, по уровню реализованности стоит на первом месте.

Показатели реализованности в жизни менеджера таких ценностей, как «Активная деятельная жизнь» ($r = 0,26, p < 0,01$), «Интересная работа» ($r = 0,35, p < 0,001$), «Продуктивная жизнь» ($r = 0,20, p < 0,05$), «Возможность сделать профессиональную карьеру» ($r = 0,27, p < 0,01$) положительно связаны с продолжительностью его рабочего дня; чем больше времени отводит менеджер своей работе, тем субъективно выше он оценивает свои достижения.

Семейные менеджеры (женатые и замужние) большее значение придают ценности «Наличие друзей» ($r = 0,20, p < 0,05$), у них выше уровень реализованности ценности «Любовь» ($r = 0,44, p < 0,001$) и «Счастливая семейная жизнь» ($r = 0,50, p < 0,001$).

Анализ системы ценностей менеджеров в ходе исследования показал, что от года к году меняется уровень важности и уровень реализованности ряда ценностей. В 2002-2004 гг. первая пятерка ценностей выглядела следующим образом: 1) физическое и психическое здоровье, 2) интересная работа, 3) любовь как духовная и физическая близость с любимым человеком, 4) уверенность в себе, 5) свобода от внутренних противоречий и независимость в поступках и действиях. В 2009-2010 гг. ценность «Интересной работы», «Уверенности в себе» и «Свободы» снизилась, на что со всей очевидностью повлиял экономический кризис 2008. В то же время возросло значение «Счастливой семейной жизни» и «Материально обеспеченной жизни». С точки зрения реализованности ценностей «Здоровье» переместилось с седьмого на третье место. Менеджеры стали больше уделять внимание своему здоровью, увеличивать личные инвестиции в поддержание здорового образа жизни, совершенствовать навыки саморегуляции.

Для сравнения разных групп респондентов (молодые менеджеры-выпускники вузов – на этапе профессиональной адаптации, опытные менеджеры на этапах регулярной профессиональной деятельности, предпенсионеры – на этапе «выхода» из профессии) по уровню предпочтений и уровню реализованности ценностей нами был использован однофакторный дисперсионный анализ (использовался критерий Краскала-Уоллиса), который показал статистически достоверные результаты (при $p < 0,05$) касательно отдельно взятых ценностей.

Нами было проведено парное соотнесение выборок по критерию U-Манна-Уитни. Сравнимые выборки различаются статистически достоверно по уровню выраженности признака ($p < 0,05$):

– молодые менеджеры в отличие от опытных менеджеров выше ценят «Любовь», «Возможность сделать профессиональную карьеру»; а опытные менеджеры в свою очередь выше ставят «Жизненную мудрость», «Здоровье», «Красоту природы и искусства»;

– молодые менеджеры в отличие от предпенсионеров выше ценят «Любовь», «Познание», «Возможность сделать профессиональную карьеру»; предпенсионеры в свою очередь выше, чем молодые менеджеры, ставят ценности «Активная деятельная жизнь», «Жизненная мудрость», «Здоровье», «Интересная работа», «Красота природы и искусства»;

– опытные менеджеры в сравнении с предпенсионерами выше ценят «Познание», «Развитие»; предпенсионеры в отличие от опытных менеджеров выше ставят ценности «Активная деятельная жизнь», «Интересная работа».

Сравнительный анализ системы ценностей менеджеров на разных этапах профессионального пути представлен в табл. 3.

Таблица 3. Система ценностей менеджеров на разных этапах профессионального пути

Ранговый ряд ценностей	Молодые менеджеры	Опытные менеджеры	Предпенсионеры
Активная деятельная жизнь	8	8	3
Жизненная мудрость	11	9	7
Здоровье (физическое и психическое)	3	1	1
Интересная работа	7	7	4
Красота природы и искусства	18	18	18
Любовь	1	3	6
Материально обеспеченная жизнь	6	4	5
Наличие друзей	4	5	8
Общественное признание	13	15	10
Познание	14	11	17
Продуктивная жизнь	15	13	11
Развитие	9	6	12
Свобода от внутренних противоречий	12	12	13
Счастливая семейная жизнь	2	2	2
Счастье других	17	16	16
Возможность сделать профессиональную карьеру	10	14	14
Творчество	16	17	15
Уверенность в себе	5	10	9

Источник: данные автора.

Выводы

На основе полученных результатов можно констатировать, что выдвинутые гипотезы подтвердились. Среди ценностей современного российского менеджера здоровье занимает ведущее место наряду со «счастливой семейной жизнью», «интересной работой», «любовью», «материально обеспеченной жизнью», при этом по мере прохождения менеджером профессионального пути (от «входа» в профессию и до «выхода» из неё) здоровье в системе ценностей занимает все более высокие места.

По мере нахождения в профессии происходит трансформация ценностей:

- здоровье выходит на первый план, происходит осознание важности здоровья как общечеловеческой ценности;
- стабильно высокие места важности «Счастливой семейной жизни» подтверждают, что без здоровья и счастья в семье невозможно считать себя счастливым человеком, в том числе в профессии менеджера;
- большее значение имеет активная деятельная жизнь, полнота и эмоциональная насыщенность жизни;
- накапливается жизненная мудрость и осознание ее важности для себя, что связано со зрелостью суждений и здравого смысла, достигаемым жизненным опытом;
- «Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)» как жизненная ценность более важна для молодых менеджеров; по мере же взросления влюбленность и любовь уступают место привязанности в семье, в отношениях с близкими и, как следствие, эта ценность смещается с первых мест, но продолжая оставаться в группе ведущих ценностей менеджеров;
- постепенно снижается ценность «Наличие хороших и верных друзей», оставаясь в первой «десятке» ценностей в предпенсионном возрасте;
- также снижается важность ценности «Возможность сделать профессиональную карьеру», что вполне понятно – в предпенсионном возрасте акцент менеджеров переносится на другие ценности, не связанные с профессиональной деятельностью;
- несколько снижается значение ценности «Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)», что, видимо, объясняется тем, что с годами и накоплением опыта эта ценность реализуется, ее становится достаточно;
- в целом невысокое место ценности «Общественное признание (уважение окружающих, коллектива, товарищей по работе)» говорит о достаточной независимости менеджеров от общественного мнения, ориентации в первую очередь

не на мнение окружающих в выстраивании своей жизни, а на стремление самореализоваться, добиться успехов в иных областях;

– при этом меняется место «Интересной работы» в системе ценностей (с 7 на 4 место);

– «Счастье других» приобретает несколько более важное значение в пенсионной возрасте, что обусловлено заботой о внуках, которым посвящают себя многие пенсионеры;

– относительно стабильные и невысокие места занимают ценности «Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, интеллектуальное развитие)», «Продуктивная жизнь», «Свобода от внутренних переживаний», «Творчество».

На наш взгляд, как сама концепция психологического обеспечения профессионального здоровья, так и вышеперечисленные гипотезы о месте здоровья в системе ценностей могут быть применимы для других профессиональных групп, что мы уже исследовали при сравнении менеджеров и педагогов (Шингаев, 2011).

ЛИТЕРАТУРА

- Авдеева, Т.Г. (2011). *Ценностно-смысловые ориентации личности руководителя*: автореф. дис. ...канд.психол.наук: 19.00.01 / Авдеева Татьяна Геннадьевна. – М. – 24 с.
- Березовская, Р.А. (2001). *Отношение менеджеров к своему здоровью как к фактору профессиональной деятельности*: автореф.дис. ...канд.психол.наук: 19.00.03 / Березовская Регина Анатольевна. – СПб.: СПбГУ, – 23 с.
- Богачева, Т.Ю. (2010). *Здоровье в системе жизненных ценностей современного человека*: дис. ...канд.психол.наук: 19.00.13 / Богачева Татьяна Юрьевна. – М., – 183 с.
- Васильева, О.С., Филатов, Ф.Р. (1998). *Здоровье как интегративная характеристика личности*. Психологический вестник. Вып. 3. - Ростов-н/Д., - С. 412-419.
- Дудченко, З.Ф. (2003). *Психологические особенности поддержания профессионального здоровья (на примере преподавателей вузов)*: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.03 / Дудченко Зоя Фадеевна. – СПб. – 26 с.
- Кричевский, Р.А. (1996). *Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе*. – М.: Дело, – 384 с.
- Макгэннон, Дж., Макгэннон, М. (2013). *Здоровье бизнес-лидера*. – М.: Акваринарная Книга. – 352 с.
- Намятова, И.М. (2002). *Изменение иерархии ценностей труда как условие эффективности профессиональной деятельности при смене профессии*: автореф. дис. ...канд.психол.наук: 19.00.03 / Намятова Ирина Михайловна. – Екб. – 20 с.
- Никифоров, Г.С. (2006). *Психология здоровья*. – СПб.: Питер. – 607 с.
- Сущенко, Т.В. (2002). *Здоровье как жизненная ценность руководителя образовательного учреждения*: автореф.дис. ...канд.пед.наук: 13.00.01, 19.00.07 / Сущенко Тамара Васильевна. – М. – 142 с.
- Хмарук, И.И., Пономарев, Ю.Н. (2012). *Профессиональное здоровье в системе ценностей*

- современного российского руководителя. Ценности и смыслы. – М., Инст-т эффект.техн. – С. 106-114.
- Шингаев, С.М. (2003). *Роль антистрессовых защит в профессиональном здоровье менеджеров*. Материалы научно-практической конференции «Ананьевские чтения-2003». Б.Г.Ананьев и комплексные исследования человека в психологии. – СПб.: СПбГУ, – С. 302-303.
- Шингаев, С.М. (2011). Сравнительный анализ психологических аспектов профессионального здоровья педагогов и менеджеров. *Психология обучения*, 12, 76-86.
- Шингаев, С.М. (2013). *Здоровье как профессионально-важное качество менеджера / Психология развития и стагнации личности в рамках современного общества: материалы I международной научной Интернет-конференции*. Казань, 209-213.
- Шингаев, С.М. (2014). *Психологическое обеспечение профессионального здоровья менеджеров: дисс. ...д-ра психол.наук: СПбГУ.* – 556 с.
- Шингаев, С.М. (2016). Профессиональное здоровье как профессионально-важное качество руководителя. *Научное мнение: научный журнал*. СПб.,14, 114-122.

ЗДОРОВЬЕ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРОВ

АННОТАЦИЯ: В статье анализируется система ценностей современного российского менеджера и место здоровья в этой системе. Выделены четыре базовые, с точки зрения менеджеров, ценности: «Здоровье (физическое и психическое)», «Интересная работа», «Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)», «Счастливая семейная жизнь». По мере нахождения в профессии происходит трансформация ценностей: здоровье выходит на первый план, происходит осознание важности здоровья как общечеловеческой ценности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: здоровье, система ценностей, менеджеры, профессиональное здоровье.

HEALTH IN THE VALUE SYSTEM OF MANAGERS

SUMMARY: The article analyzes the system of values of modern Russian Manager and the place of health in this system. Identified four basic, from the point of view of managers, value: "Health (physical and mental)", "Interesting work", "Love (spiritual and physical intimacy with a loved one)", "Happy family life". At least find in the profession the transformation of values: health comes to the fore, there is an awareness of the importance of health as a universal value.

KEYWORDS: health, values, managers, professional health.

ZDROWIE W SYSTEMIE WARTOŚCI MENEDŻERÓW

STRESZCZENIE: W artykule został przeanalizowany system wartości współczesnego rosyjskiego menedżera i miejsce zdrowia w tym systemie. Wyróżnione zostały cztery podstawowe, z punktu widzenia menedżerów, wartości: zdrowie (fizyczne i psychiczne), interesująca praca, miłość (duchowa i fizyczna bliskość z ukochaną osobą), szczęśliwe życie. W miarę przebywania w zawodzie dochodzi do transformacji wartości: zdrowie wychodzi na pierwszy plan, dokonuje się w świadomości zmiana znaczenia zdrowia jako istotnej wartości.

SŁOWA KLUCZOWE: zdrowie, system wartości, menedżerowie, profesjonalne zdrowie.

DAGMARA GAWRON

SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu

PERSPEKTYWA OCENIANIA A SPOSTRZEGANA ATRAKCYJNOŚĆ TWARZY AUTENTYCZNYCH: RÓŻNICE MIĘDZYPŁCIOWE

WPROWADZENIE

Szczególnie ważnym wyznacznikiem oceny atrakcyjności osoby wydaje się twarz, która nie tylko jest najbardziej widoczna (w większości kultur), lecz także stanowi podstawowy kanał komunikacji międzyludzkiej. O ile standardy atrakcyjności ciała są raczej uniwersalne, a więc dotyczą szczupłej, umięśnionej i wysokiej sylwetki, o tyle w odniesieniu do twarzy nie są już tak jednorodne (Głębocka, 2009). Okazuje się, że spostrzegana atrakcyjność własnej i cudzej twarzy nie tylko zależy od obiektywnych wskaźników jej urody, tj. młody wiek, typowość, dymorfizm płciowy czy symetria (Sanefuji, Ohgami i Hashiya, 2007; Langlois, Roggman, 1990; Rhodes, 2006), lecz także nader ważna okazuje się perspektywa, z której zostaje formułowana taka ocena.

R. Zajonc (1968) wyjaśnia, iż w wyniku wielokrotnego kontaktu z danym obiektem zmienia się postawa wobec niego na bardziej pozytywną. Można wobec tego postawić hipotezę, że w wyniku częstego oglądania własnej twarzy, na przykład w lustrze, ludzie oceniają ją wyżej niż twarze osób obcych. Badania potwierdzają również, że ocena atrakcyjności własnej twarzy słabo koreluje z oceną dokonywaną przez obserwatorów (Penton-Voak i in., 2003). Okazuje się ponadto, iż po wielokrotnym obejrzeniu wcześniej nieznannej twarzy ludzie zaczynają postrzegać ją jako bardziej atrakcyjną (Rhodes i in., 2005). Wyraźnie dowodzi to, że ocena atrakcyjności twarzy zależy od tego, czy oceniana twarz jest znana osobie oceniającej. Badania ujawniają bowiem, że ocena atrakcyjności twarzy tych samych osób dokonywana w różnych odstępach czasu jest niespójna aż w 53% przypadków (Hönekopp, 2006).

Niezgodność w ocenach atrakcyjności własnych twarzy a pozostałych części ciała również może przemawiać za słusznością oddziaływania efektu czystej ekspozycji. Okazuje się bowiem, że o ile znaczna część badań wskazuje na narastające niezadowolenie z wyglądu i wagi ciała zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn (Garner, 1997; Głębocka, 2009), o tyle większość ludzi deklaruje zadowolenie z wyglądu własnej twarzy (Frederick i in., 2014). Ponadto te same badania wykazały, że większość kobiet i mężczyzn deklaruje zadowolenie z własnych dłoni. Nietrudno zauważyć, iż obie te partie ciała, tj. twarz i dłonie, są nieustannie wystawione na ekspozycję.

Dowiedziano także, że ludzie nie tylko korzystniej oceniają własne twarze, lecz także, co nader ciekawe, twarze cyfrowo upodobnione do ich własnych postrzegają jako bardziej atrakcyjne (Penton-Voak, Perrett i Peirce, 1999). Wskazana powyżej tendencja dotyczy również dostrzegalnego podobieństwa do twarzy rzeczywistych (DeBruine i in., 2008). Drugie uzasadnienie takich preferencji odwołuje się do typowej dla ludzi skłonności poznawczej polegającej na uznawaniu za bardziej atrakcyjne egzemplarze znanych im kategorii (Winkielman i in., 2006). Przywołane wyżej dane prowadzą tym samym do hipotezy, że ludzie wyżej niż zewnątrzni obserwatorzy oceniają własne twarze.

Odwołując się ponadto do klasycznej teorii samoświadomości prywatnej i publicznej Ch. Carvera i M. Scheiera (1981), z powodzeniem można przeanalizować różnice w postrzeganiu siebie i innych w zależności od rodzaju przedmiotu obserwacji, na którym zostaje skoncentrowana uwaga jednostki. Pierwsza forma samoświadomości – prywatna – dotyczy osobistych myśli, przekonań oraz uczuć osoby i jest aktywizowana na przykład w trakcie obserwowania własnego wizerunku w lustrze czy oglądania własnej podobizny na zdjęciu. W takiej sytuacji jednostka koncentruje się na wewnętrznych standardach, co może nie tylko sprzyjać egocentryzmowi, lecz także prowadzić do trudności w przyjęciu społecznych standardów i oczekiwań (Oleś, 2011). Wzmocniona koncentracja na własnej osobie może z kolei prowadzić do nieadekwatnych ocen analizowanego aspektu siebie. Samoświadomość publiczna natomiast obejmuje to, jak jednostkę odbiera otoczenie, jakie wywiera wrażenie na innych w sytuacji wzmożonej ekspozycji społecznej, na przykład wystąpienia publicznego. Ukierunkowanie uwagi na aspekty świadomości publicznej oznacza przyjęcie głównie standardów zewnętrznych i dostosowanie się do oczekiwań społecznych, ale też w konsekwencji szczególne wyczulenie na sygnały płynące od innych. Na podstawie omawianej teorii powstaje hipoteza, że oceniając własną twarz, ludzie odnoszą się do innych standardów niż wówczas, gdy oceniają twarze osób postronnych. Oceniając aktualny wygląd własnej twarzy, ludzie porównują ją z pożądanym wyobrażeniem na temat jej możliwego wyglądu, które jest zgodne z wewnętrznymi standardami (Markus, Nurius, 1986). Można się natomiast spodziewać, że oceniając atrakcyjność twarzy innych, ludzie wykazują tendencję do porównywania ich oblicza z twarzami spełniającymi wygórowane standardy urody uznawane w społeczeństwie, a więc standardami idealnymi. Nietrudno postrzec, że wynik społecznych porównań

z wzorcami lansowanymi w medialnych przekazach bywa dużo bardziej niekorzystny niż oceny siebie wynikające z porównań z normami osobistymi.

Na inny możliwy mechanizm wyjaśniający asymetrię w spostrzeżeniach na temat siebie i pozostałych osób zwraca uwagę H. Brycz (2004). Dowodzi bowiem, iż ludzie przejawiają tendencję do nietrafnych ocen z perspektywy aktora oraz trafności w ocenach tych samych zachowań u innych z perspektywy obserwatora. Taka rozbieżność może wynikać z tendencji do wyjaśniania własnych zachowań czynnikami zewnętrznymi, a cudzych – wewnętrznymi (Jones, Nisbett, 1972). Może to oznaczać, że oceniając własną twarz na fotografii, ludzie poszukują przyczyn niekorzystnego wyglądu w sytuacji, na przykład uważają, że to wina złego światła czy ujęcia, natomiast oceniając z perspektywy obserwatora, formułują bardziej obiektywne opinie. Należy w tym miejscu dodać, że taka tendencja może zmienić swój kierunek w zależności od tego, czy wyjaśniane zachowanie dotyczy sukcesu czy porażki (Dymkowski, 1993). Taki egotyzm atrybucyjny wyraża się w skłonności ludzi do bardziej pozytywnego myślenia o sobie niż o innych. Myśląc o sobie w sytuacji sukcesu, jednostka będzie się opierała na własnych uczuciach i myślach, a wyjaśniając porażkę – na zaistniałej sytuacji. Oceniając innych, postąpi odwrotnie. Skłonność ta może się przyczynić do odmiennych ocen atrakcyjności twarzy w zależności od perspektywy, z której będzie formułowana taka ocena.

Powyższe przesłanki teoretyczne prowadzą do hipotezy, że ludzie wyżej niż obserwatorzy oceniają atrakcyjność własnej twarzy (perspektywa aktora). Ponadto zważając na nierealistyczne standardy urody i większe niezadowolenie z własnego wyglądu wśród kobiet (Głębocka, 2009), postawiono hipotezę, że badani są bardziej krytyczni w ocenach atrakcyjności kobiet niż mężczyzn. Badanie dodatkowo miało dostarczyć informacji dotyczących świadomości istnienia rozbieżności ocen atrakcyjności własnej i cudzej twarzy (perspektywa Ja odzwierciedlonego).

METODA

Badanie przeprowadzono w schemacie: ANOVA 3 (perspektywa oceniania: aktor, obserwator, Ja odzwierciedlone) \times 2 (płeć oceniającego: kobieta, mężczyzna). Zmienną zależną stanowiła ocena wyglądu twarzy mierzona skalą *Body Esteem Scale* (BES).

Osoby badane

W badaniu uczestniczyły 233 osoby (120 kobiet i 113 mężczyzn) w wieku od 28 do 47 lat ($M = 36,26$; $SD = 5,43$). Byli to ochotnicy pracujący w różnych zakładach pracy we Wrocławiu i pobliskich miastach. Osobami badanymi nie byli studenci.

Procedura badania

Ochotnicy zostali losowo przydzieleni do trzech grup porównawczych, w których oceniali poszczególne elementy autentycznych twarzy w zależności od warunku badania:

Warunek 1 – perspektywa aktora (N = 108): Jak oceniasz poszczególne części swojej twarzy?

Warunek 2 – perspektywa obserwatora (N = 60; n = 233): Jak oceniasz poszczególne części twarzy osoby przedstawionej na zdjęciu?

Warunek 3 – perspektywa Ja odzwierciedlonego (N = 65): Jak poszczególne części Twojej twarzy oceniają inne osoby?

Badanie trwało średnio od 5 do 10 minut w zależności od tego, do której z grup porównawczych zostali losowo przydzieleni uczestnicy. Badani z grupy oceniającej atrakcyjność twarzy innych osób (perspektywa obserwatorów) wypełniali arkusze dłużej niż pozostali, ponieważ ich ocenom podlegały cztery zdjęcia: dwa mężczyzn i dwa kobiet. Zastosowano taką procedurę, ponieważ w badaniu kontrolowano zarówno płeć osoby przedstawionej na zdjęciu, jak i płeć osoby oceniającej. Każda fotografia z perspektywy obserwatora została tym samym oceniona dwukrotnie: przez mężczyznę i przez kobietę. W efekcie liczba obserwacji w tej grupie badanych (n = 233) jest czterokrotnie większa niż liczba uczestników (N = 60).

Pomiaru atrakcyjności twarzy dokonano za pomocą skali BES Franzoi i Shields (1984) w polskiej adaptacji M. Kossakowskiej (1999). Wskaźnik oceny wyglądu określono na podstawie średniej oceny ośmiu pozycji dotyczących twarzy, które wyselekcjonowano ze skali BES, czyli: nosa, ust, uszu, podbródka, oczu, policzków, włosów, „twarzy jako całości”. Badani zaznaczali odpowiedzi na pięciostopniowej skali (od 1 – „oceniając zdecydowanie negatywnie” do 5 – „oceniając zdecydowanie pozytywnie”). Im wyższy wynik, tym korzystniejsza ocena twarzy.

Wyniki

Rzetelność pozycji skali BES poddanych analizie w badaniu była zadowalająca – α Cronbacha wynosiła 0,82. Wyniki wykazały istotny statystycznie efekt główny zmiennej perspektywa oceniania $F(2, 400) = 64,23$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,24$. Oceny własnej twarzy (perspektywa aktora) okazały się bardziej korzystne ($M = 31,04$; $SD = 4,74$) w porównaniu z ocenami z perspektyw: obserwatora ($M = 24,81$; $SD = 4,92$) i Ja odzwierciedlonego ($M = 26,97$; $SD = 4,53$). Oznacza to, po pierwsze, że badani oceniali wygląd swojej twarzy wyżej, niż oceniali go obserwatorzy. Po drugie, rzeczywista

ocena atrakcyjności własnej twarzy była wyższa niż ocena oczekiwana (perspektywa Ja odzwierciedlonego).

Uzyskano również efekt interakcji perspektywy oceniania i płci oceniającego $F(2,400) = 5,4$; $p < 0,01$; $\eta^2 = 0,03$. Test *post hoc* (NIR Fishera) porównujący oceny atrakcyjności twarzy we wszystkich grupach badanych wykazał, że mężczyźni znacznie niżej niż kobiety oceniali atrakcyjność twarzy innych osób. Ponadto kobiety i mężczyźni oceniali korzystniej swoją twarz (perspektywa aktora) niż pozostałe grupy (perspektywy: obserwatora i Ja odzwierciedlonego). Ocena kobiet z perspektywy obserwatorów nie różniła się istotnie statystycznie od perspektywy Ja odzwierciedlonego. Kobiety oceniały atrakcyjność wizerunków innych ludzi podobnie do przewidywań na temat tego, jak inni mogą ocenić ich twarze. Mężczyźni natomiast z perspektywy obserwatorów niżej oceniali atrakcyjność innych osób, niż wynikało to z ich przewidywań (perspektywa Ja odzwierciedlonego). Średnie wyniki przedstawia tab. 1.

Tab. 1. Średnie wskaźniki oceny własnego wyglądu (BES) w zależności od perspektywy oceniania i płci oceniającego (N = 233, n = 406) – im wyższy wynik, tym korzystniejsza ocena twarzy

Płeć	Perspektywa oceniania		
	perspektywa aktora	perspektywa obserwatora	perspektywa Ja odzwierciedlonego
Kobiety	30,8 _{a,b}	26,23 _{a,e}	27 _b
Mężczyźni	31,29 _{c,d}	23,42 _{c,e,f}	26,93 _{d,f}

_a oznacza $p < 0,001$; _b oznacza $p < 0,001$; _c oznacza $p < 0,001$; _d oznacza $p < 0,001$; _e oznacza $p < 0,001$; _f oznacza $p < 0,001$

Ponadto została przeprowadzona ANOVA 2 (płeć osoby ocenianej: kobieta, mężczyzna) \times 2 (płeć oceniającego: kobieta, mężczyzna) w grupie obserwatorów. Analiza nie ujawniła istotnego efektu głównego i efektu interakcyjnego. Oznacza to, że ocena atrakcyjności autentycznej twarzy formułowana przez obserwatorów nie jest zależna od tego, czy oceniane jest zdjęcie kobiety (M = 24,85; SD = 5,06) czy mężczyzny (M = 24,77; SD = 4,81). Uzyskano jedynie efekt główny płci oceniającego, który został przedstawiony we wcześniejszych analizach.

Dalsze dociekania, przy użyciu jednoczynnikowej analizy wariancji, wykazały różnice w częściowych ocenach twarzy, zależne od perspektywy oceniania, tj. nosa $F(2,405) = 10,14$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,05$, ust $F(2,405) = 36,55$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,15$, uszu $F(2,405) = 31,25$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,13$, podbródka $F(2,405) = 7,87$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,04$, oczu $F(2,405) = 45,31$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,18$, włosów $F(2,405) = 23,73$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,11$, policzków $F(2,405) = 25,04$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,11$. Test *post hoc* (NIR Fishera) porównujący oceny atrakcyjności poszczególnych części twarzy we wszystkich grupach badanych pokazał, że oceny ust, uszu, oczu i włosów były formu-

Tab. 2. Średnie wskaźniki atrakcyjności poszczególnych części twarzy (BES) w zależności od perspektywy oceniania (N = 233, n = 406) – im wyższy wynik, tym korzystniejsza ocena

Wyszczególnienie		Ocena atrakcyjności poszczególnych części twarzy	
		M	SD
Nos	perspektywa aktora	3,39 _a	1,04
	perspektywa obserwatora	2,86 _a	1,01
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,09	0,98
Usta	perspektywa aktora	4,06 _{b,c}	0,94
	perspektywa obserwatora	3,12 _{b,d}	0,95
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,63 _{c,d}	0,97
Uszy	perspektywa aktora	4,06 _{e,f}	0,94
	perspektywa obserwatora	3,22 _{e,g}	0,90
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,63 _{f,g}	0,99
Podbródek	perspektywa aktora	3,56 _{h,i}	1,09
	perspektywa obserwatora	3,11 _h	0,99
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,09 _i	1,06
Oczy	perspektywa aktora	4,33 _{j,k}	0,77
	perspektywa obserwatora	3,27 _{j,l}	1,05
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,77 _{k,l}	0,91
Włosy	perspektywa aktora	3,83 _{m,n}	1,00
	perspektywa obserwatora	2,94 _m	1,14
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,15 _n	1,18
Policzki	perspektywa aktora	3,95 _o	0,86
	perspektywa obserwatora	3,23 _{o,p}	0,93
	perspektywa Ja odzwierciedlonego	3,29 _p	0,84

_a oznacza p < 0,0001; _b oznacza p < 0,0001; _c oznacza p < 0,01; _d oznacza p < 0,01; _e oznacza p < 0,0001; _f oznacza p < 0,01; _g oznacza p < 0,01; _h oznacza p < 0,01; _i oznacza p < 0,05; _j oznacza p < 0,0001; _k oznacza p < 0,01; _l oznacza p < 0,01; _m oznacza p < 0,0001; _n oznacza p < 0,0001; _o oznacza p < 0,0001; _p oznacza p < 0,0001

łowane według trendu: perspektywa Ja odzwierciedlonego – mniej korzystna ocena niż perspektywa aktora, ale bardziej korzystna niż perspektywa obserwatora. Ponadto osoby badane oceniały własny nos wyżej niż badani z perspektyw obserwatora i Ja od-

zwierciedlonego, których oceny nie różniły się istotnie statystycznie między sobą. Nie odnotowano również rozbieżności w ocenach podbródka z perspektyw obserwatora i Ja odzwierciedlonego, które były jednak niższe niż własne oceny tej części twarzy. Średnie wyniki przedstawia tab. 2.

Analizy korelacyjne ocen uśrednionych dla twarzy jako całości z ocenami poszczególnych części twarzy ujawniły pozytywną korelację wskazanych zmiennych. Oznacza to, że im wyższy ogólny wskaźnik zadowolenia z twarzy, tym wyższe oceny poszczególnych jej części. Najwyższa istotna statystycznie korelacja była równa 0,8 ($p < 0,01$) dla oceny „twarzy jako całości”. Oznacza to, że ogólny wskaźnik oceny atrakcyjności twarzy, ustalony na podstawie uśrednionych ocen poszczególnych jej części, był silnie związany z oceną twarzy jako całości. Uśredniona ocena atrakcyjności twarzy najsilniej korelowała z ocenami: policzków ($r = 0,73$; $p < 0,01$), oczu ($r = 0,72$; $p < 0,01$) i ust ($r = 0,72$; $p < 0,01$). Jednocześnie odnotowano umiarkowane korelacje między oceną twarzy jako całości oraz nosem ($r = 0,45$; $p < 0,01$), włosami ($r = 0,44$; $p < 0,01$), podbródkiem ($r = 0,43$; $p < 0,01$) i uszami ($r = 0,42$; $p < 0,01$).

DYSKUSJA

Przedmiotem analizy był problem dotyczący tego, jakie różnice w postrzeganiu atrakcyjności twarzy rzeczywistych wynikają z perspektywy oceniania oraz płci osoby ocenianej.

W badaniu kobiety i mężczyźni dokonywali trzech rodzajów ocen atrakcyjności twarzy: własnych (perspektywa aktora), osób postronnych (perspektywa obserwatora) oraz oczekiwanych ocen ze strony innych (perspektywa Ja odzwierciedlonego). Otrzymano bardzo spójne wyniki. Zgodnie z hipotezami zarówno kobiety, jak i mężczyźni podobali się samym sobie bardziej niż innym ludziom, co jest zgodne zarówno z efektem czystej ekspozycji (Zajonc, 1968), jak i założeniami teorii samoświadomości prywatnej i publicznej (Carver, Scheier, 1981). Zostały zaktywizowane inne standardy, w zależności od przedmiotu obserwacji – w sytuacji samooceny badani odnosili się do standardów wewnętrznych, natomiast oceniając innych – do standardów zewnętrznych, bardziej wygórowanych. Uzyskane w badaniu efekty można też tłumaczyć tendencją ludzi do traktowania jako atrakcyjne obiektów zgodnych ze schematami poznawczymi (Winkielman i in., 2006) oraz tym, że osoby badane, oceniając siebie, mogły dokonywać porównań społecznych „w dół”, natomiast oceniając innych mogły posłużyć się porównaniami „w górę” (Wills, 1981). Można też wnioskować, że ludzie mają jedynie częściową świadomość tego, że myślą o sobie lepiej, niż wynika to z obiektywnych ocen, ponieważ oczekiwane oceny zwrotne ze strony innych były niższe niż samooceny twarzy, ale nie tak niskie, jak rzeczywiste oceny innych osób. Oznacza to, że podmiot

ocenia innych niżej niż siebie samego, oczekując jednocześnie, że taka tendencja nie będzie występować względem niego w takim samym natężeniu (Brycz, 2004). Należy również odnotować różnice między kobietami a mężczyznami zależne od perspektywy oceniania. O ile oczekiwania wobec oceny atrakcyjności własnej twarzy były zgodne z opinią dokonywaną przez osoby postronne w przypadku kobiet, o tyle ocena twarzy innych osób dokonywana przez mężczyzn była bardziej krytyczna niż oczekiwania. Można zatem stwierdzić, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni słusznie przewidują, jak ocenią atrakcyjność ich twarzy kobiety, jednak nie zdają sobie sprawy z tego, jak surowe oceny formułują w tej kwestii mężczyźni. Niemniej wnioski dotyczące kobiet są pewniejsze, ponieważ wariancja wewnątrzgrupowa ocen u mężczyzn jest większa niż u kobiet.

Badanie to nie potwierdziło natomiast hipotezy dotyczącej rozbieżnych ocen atrakcyjności twarzy w zależności od płci osoby ocenianej. Mimo że inne badania wskazują na tendencję mężczyzn do formułowania bardziej surowej oceny atrakcyjności twarzy kobiet (Feingold, 1990), to otrzymane w tym badaniu wyniki okazały się niezależne od płci osoby ocenianej.

Należy również zaznaczyć, że oceny własnej twarzy oraz pozostałe oceny są raczej wysokie w skali bezwzględnej (około 30 punktów na 40 możliwych). Oznacza to wysoki poziom zadowolenia z wyglądu własnej twarzy, który, chociaż jest zgodny z wynikami wcześniejszych badań (Frederick i in., 2014), pozostaje w opozycji do wielokrotnie stwierdzanego ogólnego niezadowolenia z własnego wyglądu (Garner, 1997; Głębocka, 2009). Wskazane niejasności niewątpliwie wymagają wnikliwej analizy po wykonaniu dalszych badań.

Przedstawione wyniki badań z pewnością nie pozostają wolne od ograniczeń i wątpliwości. Wymagają zatem replikacji z uwzględnieniem odmiennych metod manipulacji eksperymentalnej i pomiaru zmiennych zależnych. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na to, że w badaniu nie kontrolowano wszystkich czynników, które mogłyby mieć istotny wpływ na oceny atrakcyjności twarzy innych osób. Po pierwsze, na ocenę atrakcyjności twarzy mogła wpłynąć również rzeczywista atrakcyjność osoby ocenianej, gdyż im bardziej atrakcyjna jest dana osoba, tym bardziej krytycznej oceny dokonuje (Adams, Crossman, 1978). Drugi czynnik mógłby dotyczyć nastroju badanych w momencie przeprowadzania eksperymentu, ponieważ może on wpływać na zmienność ocen atrakcyjności twarzy (Cunningham i in., 1995). Kolejny pominięty czynnik dotyczy sytuacji partnerskiej badanych, gdyż osoby będące w momencie badania w bliskiej relacji partnerskiej oceniają mniej korzystnie przedstawicieli płci przeciwnej w porównaniu z osobami samotnymi (Simpson, Gangestad, Lerma, 1990). Powyższe rozważania skłaniają do konkluzji, że w kolejnych projektach badawczych należałoby poddać kontroli również wymienione zmienne, gdyż brak takich informacji może zniekształcać uzyskane w badaniach wyniki.

LITERATURA

- Adams, G.R., Crossman, S.M. (1978). *Physical attractiveness: A cultural imperative*. Roslyn Heights, New York: Libra Publishing.
- Brycz, H. (2004). *Trafność spostrzegania własnych i cudzych zachowań*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Carver, C.S., Scheier, M.F. (1981). *Attention and self-regulation: A control theory approach to human behavior*. New York: Springer-Verlag.
- Cunningham, M.R., Roberts, A.R., Barbee, A.P., Druen, P.B., Wu, C.H. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 261-279.
- DeBruine, L., Jones, B., Little, A., Perrett, D. (2008). Social perception of facial resemblance in humans. *Archives of Sexual Behavior*, 37(1), 64-77.
- Dymkowski, M. (1993). *Poznanwanie siebie. Umotywowane sprawdziany wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Feingold, A. (1990). Gender differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction: A comparison across five research paradigms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 981-993.
- Franzoi, S.L., Shields, S.A. (1894). The Body-Esteem Scale: Multidimensional structure and sex differences in a collage population. *Journal of Personality Assessment*, 48, 173-178.
- Frederick, D.A., Bohrnstedt, G.W., Hatfield, E., Berscheid, E. (2014). Factor Structure and Validity of the *Body Parts Satisfaction Scale*: Results from the 1972 *Psychology Today* Survey. *Psychologijске teme*, 23(2), 223-243.
- Garner, D.M. (1997). The 1997 body image survey results. *Psychology Today*, January, 30-78.
- Głębocka, A. (2009). *Niezadowolone z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Hönekopp, J. (2006). Once more: Is beauty in the eye of the beholder? Relative contributions of private and shared taste to judgments of facial attractiveness. *Journal of Experimental Psychology*, 32, 199-209.
- Jones, E.E., Nisbett, R.E. (1972). The Actor and the Observer: Divergent Perception of the Causes of Behavior. W: E.E. Jones (red.), *Attribution: Perceiving of the Causes of Behavior*, Morristown: General Learning Press.
- Kossakowska, M. (1999). *Wykorzystanie skali BES (Body Esteem Scale) w badaniach empirycznych (referat wygłoszony na Ogólnopolskiej Konferencji: „Wspomaganie rozwoju – psychostymulacja i psychokorekcja”*, Bydgoszcz, 16-17 listopada 1999 r.).
- Langlois, J.H., Roggman, L.A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, 1(2), 115-121.
- Markus, H., Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*, 44, 954-969.
- Oleś, P.K. (2011). *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Penton-Voak, I.S., Little, A.C., Jones, B.C., Burt, D.M., Tiddeman, B.P., Perrett, D.I. (2003). Female condition influences preferences for sexual dimorphism in faces of male humans (*Homo sapiens*). *Journal of Comparative Psychology*, 117, 264-271.
- Penton-Voak, I.S., Perrett, D.I., Peirce, J.W. (1999). Computer graphic studies of the role of facial similarity in judgements of attractiveness. *Current Psychology*, 17, 104-117.
- Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, 199-226.

- Rhodes, G.I., Halberstadt, J., Jeffery, L.R., Palermo, R. (2005). The Attractiveness of Average Faces is not a Generalized Mere Exposure Effect. *Social Cognition*, 23(3), 205-217.
- Sanefuji, W., Ohgami, H., Hashiya, K. (2007). Development of preference for baby faces across species in humans (*Homo sapiens*). *Journal of Ethology*, 25, 249-254.
- Simpson, J.A., Gangestad, S.W., Lerma, M. (1990). Perception of physical attractiveness: Mechanisms involved in the maintenance of romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1192-1201.
- Wills, T.A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90, 245-271.
- Winkielman, P., Halberstadt, J., Fazendeiro, T., Catty, S. (2006). Prototypes are attractive because they are easy on the mind. *Psychological Science*, 17, 799-806.
- Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27.

PERSPEKTYWA OCENIANIA A SPOSTRZEGANA ATRAKCYJNOŚĆ TWARZY AUTENTYCZNYCH: RÓŻNICE MIĘDZYPŁCIOWE

STRESZCZENIE: Artykuł dotyczy różnic w postrzeganiu atrakcyjności twarzy autentycznych, zależnych od perspektywy oceniania oraz płci zarówno osoby przedstawionej na zdjęciu, jak i płci oceniającego. W prezentowanym badaniu osoby badane (N = 233) dokonywały oceny atrakcyjności poszczególnych części autentycznych twarzy z trzech perspektyw: oceny siebie samych (perspektywa aktora), oceny ze strony innych osób (perspektywa obserwatora) oraz oczekiwanej oceny przez innych (perspektywa Ja odzwierciedlonego). Wyniki ujawniły, że osoby badane oceniają własne twarze korzystniej niż obserwatorzy, a rzeczywista ocena własnej twarzy jest bardziej korzystna od oczekiwanej (Ja odzwierciedlone). Najbardziej krytyczni w ocenach byli mężczyźni, szczególnie wówczas, gdy oceniali innych.

SŁOWA KLUCZOWE: atrakcyjność twarzy, preferencje estetyczne, różnice międzypłciowe.

THE PERSPECTIVE OF JUDGEMENTS AND THE PERCEPTION OF FACIAL ATTRACTIVENESS NATURAL: GENDER DIFFERENCES

SUMMARY: The article concerns the differences in the perception of facial attractiveness natural and modification depending on the perspective of judgements and gender. In the experiment (N = 233), a natural facial photo was rated three times. The first was self-rating by the participant. The second was by an observer. The third was the looking glass self. The results showed that participants rated themselves better than observers. But the perspective of the looking glass self was better than the observer's perspective, but worse than the perspective of self.

KEYWORDS: faces, attractiveness judgment, gender.

IV

**DONIESIENIA
Z BADAŃ STUDENCKICH**

MICHAŁ WOŹNY
Uniwersytet Zielonogórski

NEUROOBRAZOWANIE. PRZEGLĄD KRYTYKI FMRI

WSTĘP

Począwszy od lat osiemdziesiątych XX wieku, psychologowie zaczęli wykorzystywać fMRI do testowania hipotez o procesach poznawczych i ich neuronalnych korelatach (Farah, 2014). W krótkim czasie metody neuroobrazowania stały się podstawowym narzędziem badania ludzkiego umysłu. Tak szybki ich rozwój oraz zaskakujące wyniki zrodziły jednak sceptycyzm i falę krytyki, która towarzyszyła zjawisku neuroobrazowania niemal od samego początku (Bickle, Hardcastle, 2012). Problemy poruszane przez krytyków neuroobrazowania rozciągają się od kwestii interpretacji wyników (Klein, 2010a), przez zagadnienia związane z założeniami teoretycznymi metody (Koechlin, Summerfield, 2007), aż po możliwości zastosowania wyników neuroobrazowania w naukach szczegółowych (Uttal, 2001) i w filozofii (Bickle, Hardcastle, 2012).

Celem niniejszego artykułu jest przegląd krytyki neuroobrazowania.

JAK DZIAŁA FMRI?

Funkcjonalny rezonans magnetyczny (fMRI) jest najpopularniejszym narzędziem wykorzystywanym w neuroobrazowaniu, dlatego ograniczę się do omówienia zasad jego działania.

Technika rezonansu magnetycznego opiera się na zjawisku o tej samej nazwie. Oddziaływanie pomiędzy polami magnetycznymi cząstek organizmu a generowanym sztucznie polem magnetycznym pozwala na wytworzenie obrazu tkanki (Buxton, 2002).

Wielość pól elektromagnetycznych, wytwarzanych przez różnorodne elementy organizmu, pozwala na obrazowanie wielu zjawisk. Jednym z nich jest związana z aktywnością neuronalną zmienność krążenia krwi, którą wykorzystuje funkcjonalny rezonans magnetyczny (fMRI). Krew zaopatrująca naczynia krwionośne neuronów w tlen, po ich aktywacji, wysyca się odtlenowaną hemoglobina, wykazującą właściwości paramagnetyczne, wpływające na zmienność pola magnetycznego odbieranego przez MRI. Zmiany te w literaturze nazywane są *blood oxygen level dependent* – BOLD (Savoy, 2001).

Funkcjonalny rezonans magnetyczny śledzi zatem zmiany parametru BOLD w tkankach, które następują po aktywacji neuronów w danym obszarze. Dostarcza to pośredniego obrazu aktywności neuronalnej. Wyniki fMRI nie są jednak prostym przedstawieniem parametru BOLD, który sam w sobie jest trudny do zinterpretowania, często znika w szumie innych sygnałów oraz przechodzi gwałtowne zmiany w krótkim czasie (Klein, 2010a). Wyniki fMRI są mapami statystycznymi obszarów, w których zaistniała istotna statystycznie różnica w parametrze BOLD podczas wykonywania zadania testowego (Klein, 2010a).

W celu wytworzenia takiej mapy parametr BOLD w każdym pikselu obrazu (może być ich nawet do pięćdziesięciu tysięcy) jest poddawany testowi istotności statystycznej dla hipotezy zerowej w warunkach testowych i pozatestowych. Proces ten przebiega w dwóch krokach. Pierwszy z nich polega na obliczeniu prawdopodobieństwa zaobserwowania danego stanu danych przy założeniu, że hipoteza zerowa jest prawdziwa. Hipoteza zerowa zakłada natomiast, że zadanie testowe nie miało żadnego wpływu na otrzymane wyniki, a więc, że nie zaszła żadna zmiana aktywacji neuronalnej w danym obszarze podczas wykonywania zadania testowego. Wartość powyższego testu, reprezentującego wystąpienie zmian w zależności od hipotezy zerowej, nazywana jest wartością p . Drugi krok zakłada natomiast porównanie wartości p otrzymanej w kroku pierwszym z ustaloną wcześniej wartością, dla której wyniki uznaje się za statystycznie istotne. Zwyczajowo przyjmuje się, że dane istotne statystycznie to te, dla których $p < 0,05$. Wyniki statystycznie istotne to takie wyniki, których zaobserwowanie byłoby nieprawdopodobne, gdyby zadanie wykonywane przez badanego na nie nie wpływało. Nieprawdopodobne oznacza w tym przypadku, że moglibyśmy je losowo zaobserwować pięć razy podczas stu obserwacji. Gdybyśmy ustalili próg istotności statystycznej $p = 0,001$, wówczas prawdopodobnie zaobserwowalibyśmy je losowo raz na tysiąc obserwacji. Wyniki dla poszczególnych pikseli nanoszone są na anatomiczną mapę mózgu i oznaczane kolorami (Klein, 2010a).

Mapy statystyczne wytworzone podczas przedstawionej powyżej analizy pokazują piksele, dla których wartość p była równa lub niższa od przyjętego progu istotności. Kolory używane podczas tworzenia takiej mapy zwykle odzwierciedlają nasilenie wartości parametru p danego piksela: im niższa wartość p , tym jaskrawsze kolory. Wyniki fMRI są więc wynikami tysięcy analiz statystycznych, ukazujących obszary tkanki, dla których można odrzucić hipotezę zerową o braku wpływu wykonywanego podczas badania zadania na zmiany parametru BOLD.

PROBLEM PORÓWNAŃ WIELOKROTNYCH

Funkcjonalny rezonans magnetyczny, jak każda metoda statystyczna, daje wyniki pośrednie. Analiza statystyczna sygnału BOLD jest wynikiem badania, jednak nie jest bezpośrednią obserwacją aktywności neuronalnej, o którą ostatecznie chodzi w eksperymencie. Wyniki tej analizy przez niektórych nazywane są „fabrykacją”.

C.M. Bennett i współpracownicy (2011) przeprowadzili badanie mające wskazać na możliwość błędnej interpretacji danych statystycznych. Martwemu łososiowi zlecieli zadanie angażujące procesy poznawcze, a aktywność jego mózgu monitorowali za pomocą fMRI. Łososiowi przedstawiono serię piętnastu zdjęć, przedstawiających człowiekowate z gatunku *homo sapiens* w sytuacjach społecznych, indukujących ekspresję emocjonalną. Zadanie polegało na określeniu, jakich emocji doświadczają ludzie na zdjęciach. Bódcze prezentowano przez dziesięć sekund, a przerwa pomiędzy kolejnymi zdjęciami wynosiła dwanaście sekund. Badanie trwało pięć i pół minuty.

W wyniku skanowania fMRI wykryto piksele, które wykazywały statystycznie istotną różnicę aktywności w porównaniu z innymi obszarami mózgu martwego łososia. Piksele te skupiały się na obszarze 81 mm³. Analiza statystyczna wykazała, że dane były istotne statystycznie ($p < 0,001$).

Powyższe badanie, choć absurdalne, miało za zadanie ukazać problem błędu porównań wielokrotnych. Jest to zjawisko typowe dla metod statystycznych (Farah, 2014). Zakłada się, że aktywny statystycznie mózg martwego łososia to efekt zmienności losowej, związanej z przeprowadzaniem wielu testów statystycznych. Omówię mechanizm tego zjawiska, sposoby korekcji i związane z nimi kontrowersje z perspektywy funkcjonalnego rezonansu magnetycznego.

Analiza statystyczna pojedynczego badania fMRI zakłada przeprowadzenie testów statystycznych na około pięćdziesięciu tysiącach pikseli. Piksele to wydzielone obszary mózgu, o wymiarach około 3 × 3 × 3 milimetra, dla których mierzy się sygnał BOLD (Savoy, 2001). Każdy z pikseli jest przedmiotem testu porównującego wartość parametru BOLD piksela w ramach różnych warunków eksperymentalnych. Wyniki testu porównuje się z arbitralnie wyznaczonym poziomem istotności statystycznej (zazwyczaj 0,05),

jeśli wynik testu dla piksela jest mniejszy niż próg istotności statystycznej, przyjmuje się, że różnice prawdopodobnie nie są efektem przypadku, ale wynikają z warunków eksperymentalnych. Natomiast jeśli są wyższe, to prawdopodobne jest, że zmienność parametru BOLD nie ma związku z zadaniem eksperymentalnym. Proóg istotności jest więc sztucznym warunkiem, który prawdopodobnie pozwala odróżnić różnice realne od nierealnych (Farah, 2014).

Przy progu istotności 0,05 mamy więc do czynienia z prawdopodobieństwem, że jedna na dwadzieścia zaobserwowanych różnic jest wynikiem zmienności losowej. Przy progu istotności 0,001, jedna na tysiąc obserwacji prawdopodobnie jest wynikiem przypadku. Im niższy próg istotności, tym bardziej prawdopodobne, że zmiany są specyficzne dla wykonywanego zadania.

Jeśli testujemy pięćdziesiąt tysięcy pikseli oddzielnie, to z powyższego wynika, że już na początku zakładamy prawdopodobne zaobserwowanie dwóch i pół tysiąca istotnych statystycznie pikseli, które tak naprawdę nie są istotne statystycznie (tzw. błąd pierwszego rodzaju). Przy progu 0,001 jest to odpowiednio pięćdziesiąt takich pikseli. Rozwiązaniem problemu byłoby ustalenie progu istotności tak niskiego, by prawdopodobieństwo różnic losowych ograniczyć do jednej na milion, jednak czułość fMRI nie poradziłaby sobie z takimi wymaganiami i prawdopodobnie nie obserwowalibyśmy wówczas żadnych różnic.

Istnieją statystyczne metody rozwiązania tego problemu. Jedną z nich jest stawianie hipotez *a priori*. W przypadku fMRI polega ona na wyznaczeniu interesujących badaczy obszarów mózgu przed eksperymentem, tak by zmniejszyć liczbę badanych pikseli i tym samym prawdopodobieństwo błędu porównań wielokrotnych. Rzecz jasna takie działanie nie pozwala obserwować zmian w całej tkance mózgowej, a tym samym może prowadzić do fabrykacji wyników – nawet jeżeli nieświadomej, to i tak niebezpiecznej, bo mylącej (Benjamini, 2010).

Badanie mózgu z założeniem, że teoria modularna mózgu jest prawdziwa, budzi kontrowersje. Przy wyznaczaniu *a priori* obszarów, w których spodziewana jest aktywność, wyniki zawsze będą wskazywać na istnienie specyficznego obszaru (modułu) biorącego udział w wykonywanym zadaniu, a tym samym potwierdzać hipotezę modularną. Rezygnacja z obserwacji mózgu jako całości może stać się przyczyną błędnych interpretacji wyników fMRI. Jest to podejście implikowane przez metodę, a co za tym idzie, może dostarczać tendencyjnych wyników (Hardcastle, Stewart, 2002).

Istnieją także testy statystyczne, pozwalające zwiększyć prawdopodobieństwo realności wyników. Zasada poprawki Bonferroniego czy techniki samowsporne (*bootstrap*) pozwalają ograniczyć błąd poprzez podnoszenie kryteriów uznawania danego piksela za istotny statystycznie, jednak są one związane z możliwością popełnienia innego rodzaju błędu (zostanie temu poświęcona następną sekcją niniejszej pracy). Najpewniejszą metodą przeciwdziałaniu problemowi błędu prób wielokrotnych wciąż

pozostaje ograniczenie liczby wykonywanych porównań do minimum (Benjamini, 2010), co implikuje stosowanie hipotez *a priori* w badaniach.

ZAWYŻONE KORELACJE

Wiedza o konieczności korekty wyników ze względu na błąd próby wielokrotnej nie chroni ich przed kolejnymi nadinterpretacjami. Problem porównań wielokrotnych ma implikacje dla wyznaczania siły różnic pomiędzy pikselami. W 2005 r. jeden z badaczy doszedł do wniosku, że za pomocą parametru BOLD można wyjaśnić znaczną część wariacji szybkości chodzenia – korelacja była zdumiewająco wysoka (Vul, Pashler, 2012). Skłoniło to E. Vula do przyjrzenia się temu zagadnieniu. Pierwszy artykuł na ten temat opublikował pod znamienym tytułem: *Voodoo correlations in social neuroscience*. Wysokie korelacje pomiędzy wynikami fMRI a zachowaniem, jak się okazało, były często raportowane w literaturze.

Problem polega na tym, że próg istotności statystycznej, który służy do odsiewania pikseli, branych pod uwagę w analizie, implikuje istnienie korelacji. Korelacja mierzona dla każdego piksela składa się z sygnału i szumu. Czasem szum obniża wartość korelacji, czasem ją podwyższa. Piksele, które przebiły się przez próg istotności statystycznej, zawierają więc w sobie nadreprezentację pikseli, w których szum podwyższył korelację. Dlatego korelacja wyliczana na podstawie pikseli istotnych statystycznie będzie podwyższała realną korelację o wartość szumu. Ponieważ wartości szumu nie można wyznaczyć bez znajomości realnej korelacji, zależności pomiędzy aktywnością pikseli a zachowaniem nie da się zinterpretować (Vul, Pashler, 2012).

Korekta dla błędu próby wielokrotnej nie przeciwdziała przecenianiu wartości korelacji. Wręcz przeciwnie – jeszcze je wzmacnia. Korekta ta bowiem polega na uszczelnieniu kryterium przesiewowego (prugu istotności statystycznej), co ma przeciwdziałać uznaniu istnienia sygnału tam, gdzie go nie ma. Innymi słowy, zabieg ten odcina piksele o słabym sygnale, pozostawiając te o silnym sygnale na miejscach.

Korekta takiego błędu polega na statystycznej metodzie walidacji krzyżowej. Należy podzielić próbę statystyczną na dwa podzbiory. Za pomocą pierwszego wyznacza się piksele z sygnałem istotnym statystycznie, za pomocą drugiego wyznacza się korelację dla pikseli wyizolowanych z pierwszej próby. Pozwala to ominąć problem nadmiernej kumulacji szumu, który zawyża korelację. Ponad połowa opublikowanych badań nie brała tego błędu pod uwagę (Vul, Pashler, 2012), przedstawiając zawyżone korelacje. Prezentowanie szokujących wyników, które są niczym więcej jak tylko artefaktami, może stać za niezwykłą popularnością metody (Hardcastle, Stewart, 2002).

Przeprowadzenie analizy walidacji krzyżowej pozwala na obniżenie zawyżonej korelacji. Nie likwiduje jednak problemu niemożności interpretacji surowego sygnału

BOLD. Nie wyklucza także możliwości, że ze względu na słaby i zmienny w czasie sygnał BOLD, nawet wyznaczone w ten sposób piksele istotne statystycznie, odpowiadają realnym zmianom BOLD.

PARAMETR BOLD

Założenie o korelacji pomiędzy zmianami poziomu tlenu we krwi a aktywnością neuronalną jest jednym z podstawowych założeń fMRI. Przekazuje ono pośrednie informacje o aktywacji neuronalnej o tyle, o ile założenie o ich korelacji jest prawdziwe. Dlatego wyniki rezonansu magnetycznego bezpośrednio charakteryzują raczej krążenie niż aktywność neuronalną (Aguirre, 1998).

Skanowanie metodą fMRI ma ograniczenia natury fizycznej. Na przykład rozdzielczość przestrzenna urządzenia to około 0,1 milimetra, a pojedynczy skan pozwala uchwycić około pięciu sekund zmian parametru BOLD. Brak precyzji nie pozwala na obserwację pojedynczej komórki i jej połączeń z większymi obszarami aktywności. W tym kontekście założenie odpowiedniości zmian hemodynamicznych (związanych z udziałem hemoglobiny w procesie metabolicznym komórek nerwowych) i procesu psychicznego staje się kontrowersyjne. Można zaobserwować zmiany parametru BOLD w relatywnie dużych obszarach tkanki mózgowej (wartości rzędu milimetrów), a także w relatywnie dużym czasie (wartości rzędu sekund), co sprawia, że uzyskane dane prawdopodobnie nie odpowiadają ani przestrzennemu przebiegowi procesu psychicznego związanego z zadaniem, ani jego wymiarowi temporalnemu. Można założyć istnienie procesów znacznie szybszych, a także obejmujących znacznie mniejsze obszary (Hardcastle, Stewart, 2002).

Psycholog W. Uttal (2001) ujął ten zarzut w następujący sposób: „fMRI jest odległe od procesu psychicznego, tak samo, jak skórna reakcja galwaniczna albo puls”. Założenie o korelacji pomiędzy procesem hemodynamicznym a procesem psychicznym pozwoliło zastosować nieinwazyjne metody badania układu nerwowego, jednocześnie budząc kontrowersje co do przedmiotu takiego badania. Aktualna wiedza na temat zależności pomiędzy przepływem krwi a aktywnością neuronalną nie pozwala stwierdzić, w jaki sposób wyniki fMRI korespondują z działaniem tkanki nerwowej (Logothetis, 2008), co jest wystarczającym powodem, żeby wnioski wyciągane z badań neuroobrazowych traktować ostrożnie.

Problem ten rozważany bywa także w kontekście wielozadaniowości pojedynczej komórki. Jeśli komórka może wykonać kilka zadań jednocześnie, co niekoniecznie musi być związane ze zwiększonym metabolizmem, wówczas parametr BOLD może stać się przyczyną błędu interpretacyjnego danych, polegającego na lokalizowaniu

ośrodków aktywności, kiedy mowa powinna być o symultanicznym działaniu całego układu nerwowego (Bickle, Hardcastle, 2012).

Jednym ze wskaźników, o których sądzi się, że pełni znaczną rolę w procesie aktywności neuronalnej, jest zmiana ilości protein w błonie komórki nerwowej, która prowadzić może do fundamentalnej zmiany działania komórki i typu przetwarzanej przez nią informacji (Aguirre, 1998). fMRI nie jest w stanie wziąć pod uwagę tych zmian. Ze względu na prawdopodobną nieadekwatność sygnału BOLD twierdzi się także (Klein, 2010a), że same neuroobrazy nie mogą być interpretowane jako obrazy realnych zmian aktywności układu nerwowego i nie stanowią dowodu takiej aktywności. Dlatego wyniki fMRI nie tylko nie są jednoznaczne, lecz sama ich interpretacja rodzi wiele kwestii spornych.

PROBLEM INTERPRETACJI DANYCH

V.G. Hardcastle i M. Stewart w swoim artykule (2002) opisują wyniki badań neuroobrazowania. Dokonują krótkiej analizy 36 artykułów informujących o aktywności pola Brodmana „6”. Okazuje się, że ma ono związki z dowolnymi ruchami rąk i ramion, słyszeniem muzyki, pojemnością pamięci roboczej, rozpoznawaniem ekspresji emocjonalnej, rozbieżnością dwuoczną, procesem uczenia się, dystonią torsiwną, odczuwaniem bólu, swędzeniem oraz wydzieleniem kategorii i umiejętnością nazywania przedmiotów. To jednak nie wszystko, gdyż wiele badań, u których podstaw leży hipoteza *a priori* (przyczyny takiego postępowania opisano powyżej) o poszukiwaniu aktywności tylko w określonym obszarze, nie wskazuje na aktywność w obszarze „6”, nawet jeśli ona występuje.

Jaka więc jest funkcja obszaru „6”? W kontekście wyników badań nie jest wcale jasne, w jakim celu i jak struktura ta funkcjonuje w obrębie tkanki mózgowej. Neuronaukowcy zakładają jednak, że dalsze badania pozwolą odkryć jedną unifikującą funkcję obszaru „6”. W tym kontekście wydaje się, że badania neuroobrazowania są słuszną drogą do analizowania funkcji mózgu, jednak muszą zostać „dopracowane”, by możliwe było odnalezienie małych obszarów mózgu odpowiedzialnych za podstawowe zadania poznawcze.

Z drugiej strony powyższa krótka metaanaliza może być również dowodem, że kolejne badania ukążą obszar „6” jako uczestniczący w każdym zadaniu poznawczym. Jeśli natomiast funkcja danego obszaru zależy od kontekstu, w jakim funkcjonuje, i działania całej tkanki nerwowej, wówczas poszukiwanie małych obszarów funkcjonalnych jest pomyłką (Hardcastle, Stewart, 2002).

Problemy interpretacyjne rodzi także tendencyjne przedstawianie wyników fMRI jako kolorowych map statystycznych, sugerujących istnienie modułów odpowiedzial-

nych za poszczególne zadania poznawcze. Dobór kolorów może służyć wyraźnemu ukazaniu różnic, które w rzeczywistości nie są tak wyraźne, jak mogłaby to sugerować kolorystyka. C. Klein (2010a, s. 269) pisze: „Neuroobrazy nie są mapami różnic aktywności. Pokazują one miejsca, w których (*ceteris paribus*) dane wspierają twierdzenie o wzorcu zróżnicowanej aktywności”. Nie tyle więc można mówić na podstawie wyników fMRI, że jeden obszar jest bardziej aktywny od drugiego, ile można przypuszczać, że obszar pikseli istotnych statystycznie podczas wykonywania zadania działał inaczej niż inne obszary w zakresie procesu metabolicznego. Taka interpretacja danych stawia pod znakiem zapytania prezentację wyników w formie kolorowych map większej i mniejszej aktywności.

Kolejne problemy z interpretacją wyników fMRI wynikają z metaanalizy danych uzyskanych w wyniku skanowania. Nawet jeśli rozwiązane zostaną powyższe wątpliwości, wyniki fMRI wciąż nie będą jednoznaczne.

Rozważmy cytowany przez C. Kleina przypadek (za Friston, 1996). Wyniki fMRI ukazują, że obszar R kory mózgowej był bardziej aktywny, kiedy badany miał za zadanie rozpoznać obiekty, niż kiedy jego zadaniem było rozpoznanie kształtu. Jeśli zadaniem badanego było najpierw rozpoznać obiekt, a potem go nazwać, obszar R nie wykazywał już różnic w aktywności. Można to zinterpretować następująco: obszar R jest istotny dla rozpoznawania obiektów, ale nie dla ich nazywania. Analiza statystyczna ukazuje jednak istotną korelację pomiędzy tymi zadaniami. Stopień aktywacji R spowodowany rozpoznaniem obiektu był większy, gdy częścią zadania było rozpoznanie obiektu, a nie tylko jego nazwanie.

Takie wyniki naruszają podstawową zasadę teorii funkcjonalnych, które twierdzą, że poziom aktywności danego ośrodka odpowiedzialnego za daną funkcję pozostaje niezmienny i niezależny od innych wykonywanych zadań (Klein, 2010b). W istocie nie wiadomo jednak, w jaki sposób jakakolwiek zmiana w aktywacji tkanki wpływa na poziom aktywacji innej części tkanki, dlatego obserwowane różnice statystyczne nie muszą być związane z wykonywanym przez badanego zadaniem, ale mogą wynikać ze zmian aktywności całego układu nerwowego.

Drugą ważną kwestią dyskutowaną w odniesieniu do tego tematu jest znaczenie danych ilościowych. Wskazują one wprawdzie, że jest różnica co do aktywności pomiędzy obszarami, jednak nie informują o nasileniu tych różnic. Wskaźnik p , który jest podstawowym parametrem fMRI, może być interpretowany tylko w kategorii prawdopodobieństwa, w związku z tym wyznaczanie siły różnic jest tak naprawdę wyznaczaniem „siły” prawdopodobieństwa. Im większe prawdopodobieństwo, tym większa „siła” różnic.

Kiedy mówimy o zależności aktywacji danego obszaru mózgu od wykonywanego zadania w takich kategoriach, nie jest jasne, co dokładnie znaczy „zależność”.

Niektórzy twierdzą, że neuroobrazy ukazują korelaty neuronalne procesów poznawczych. Implikuje to tezę o istnieniu małych obszarów aktywacji neuronalnej w tkance nerwowej, odpowiedzialnych za konkretne zadania. Jest to zarazem najprostszy sposób odczytania informacji zawartych w mapach statystycznych będących produktem fMRI, jak i sposób sugerowany przez prezentację wyników. Powszechnie twierdzi się (Klein, 2010b), że jest to dowód na to, że dany obszar bierze udział w wykonywaniu jakiegoś zadania (Enger, 2009). Jednak wyniki można interpretować także jako sygnał, że dany obszar bierze udział w przetwarzaniu specyficznego typu informacji (Koechlin, Summerfield, 2007). Niektórzy uważają, że aktywacja dotyczy regionów reprezentujących informacje istotne dla danego zadania (Wood, Grafman, 2003). Te trzy teorie nie wykluczają się wzajemnie i wskazują na złożoność procesu interpretacji wyników badań neuroobrazowych.

PODSUMOWANIE

Metoda badań neuroobrazowych jest niedoskonała. Nie oznacza to jednak, że nie należy jej stosować. Kontrowersje tak naprawdę dotyczą nadużyć interpretacyjnych. Błędy statystyczne zawyżające wyniki badań, utożsamienie procesu metabolicznego z procesem psychicznym, brak spójności otrzymywanych danych, tendencyjne prezentowanie wyników i wreszcie wyniki, które przeczą podstawowym założeniom metody. Wszystko to wymaga namysłu i poważnych rozstrzygnięć, zbyt często bowiem powierzchowne traktowanie takich problemów prowadzi do swoistego „kultu ikon”, jak nazwał wyniki fMRI S. Poole (2012), brytyjski pisarz popularnonaukowy.

Wydaje się, że stworzenie wiarygodnej metody badania procesu aktywności neuronalnej wymaga szerokiej wiedzy o działaniu pojedynczej komórki nerwowej. Złożoność tkanki nerwowej i procesów w niej zachodzących może „wodzić nas za nos”. Próby wyjaśniania tak złożonej struktury jak mózg przy użyciu jednego tylko parametru (BOLD) są z góry skazane na porażkę. „Robimy to, co możemy, kiedy nie możemy robić tego, co powinniśmy” – pisał W.R. Uttal (2001, s. 208). Uczciwa interpretacja wyników jest tym, co można zrobić. Dlatego krytyka neuroobrazowania jest ważna, a znajomość problemów, które porusza, pomaga zorientować się, co naprawdę ukazują mapy mózgu.

Filozof J. Fodor (1999, s. 68-69) w eseju *Why the brain?* pisze: „Jeśli umysł wydarza się w przestrzeni, wydarza się gdzieś na północ od szyi. Co daje nam wiedza jak daleko na północ?”. Wciąż pozostaje kwestią dyskusyjną, czy neuroobrazowanie wskazuje na coś więcej niż frenologia – jest to kwestia interpretacji. Krytyk neuroobrazowania, W.R. Uttal (2001), twierdził, że jest to po prostu nowa frenologia.

LITERATURA

- Aguirre, G.K. (1998). The variability of human, BOLD hemodynamic responses. *Neuroimage*, 8.4, 360-369.
- Benjamini, Y. (2010). Simultaneous and selective inference: Current successes and future challenges. *Biometrical Journal*, 708-721.
- Bennett, C.M., Baird, A.A., Miller, M.B., Wolford, G.L. (2011). Neural correlates of interspecies perspective taking in the post-mortem atlantic salmon: an argument for proper multiple comparisons correction. *Journal of Serendipitous and Unexpected Results*, 1, 1-5.
- Bickle, J., Hardcastle, V. (2012). *The Philosophy of neuroscience*. John Wiley & Sons.
- Buxton, R.B. (2002). *Introduction to Functional Magnetic Resonance Imaging: Principles and Techniques*. New York: Cambridge University Press.
- Enger, T. (2009). Prefrontal Cortex and Cognitive Control: Motivating Functional Hierarchies. *Nature Neuroscience*, 12, 7, 821-822.
- Farah, M.J. (2014). *Brain Images, Babies and Bathwater: Critiquing Critiques of Functional Neuroimaging*. Hasting center reports.
- Fodor, J. (1999). Why the brain? *London Review of Books*, 21, 68-69.
- Friston, K.J. (1996). The Trouble With Cognitive Subtraction. *Neuroimage*, 4, 2, 97-104.
- Hardcastle, V.G., Stewart, M. (2002). What do brain data really show? *Philosophy of Science*, 72-82.
- Klein, C. (2010a). Images are not the evidence in neuroimaging. *Br J Philos Sci*, 61(2), 265-278.
- Klein, C. (2010b). Philosophical Issues in Neuroimaging. *Philosophy Compass*, 5/2, 186-198.
- Koechlin, E., Summerfield, C. (2007). An Information Theoretical Approach to Prefrontal Executive Function. *Trends in Cognitive Sciences*, 11, 6, 229-235.
- Logothetis, N.K. (2008). What we can do and what we cannot do with fMRI? *Nature*, 869-878.
- Nair, D.G. (2005). About being BOLD. *Brain Research Reviews*, 229-243.
- Poole, S. (2012). Your Brain on Pseudoscience: The Rise of Popular Neurobollocks. *New Statesman* (6 października), akapit 18.
- Savoy, R.L. (2001). History and future directions of human brain mapping and functional neuroimaging. *Acta Psychologica*, 9-42.
- Uttal, W.R. (2001). *The New Phrenology: The Limits of Lokalizing Cognitive Processes in the Brain*. Cambridge: MA: MIT Press.
- Vul, E., Pashler, H. (2012). Voodoo and circularity errors. *Neuroimage*, 62, 2, 945-948.
- Wood, J.N., Grafman, J. (2003). **Human Prefrontal Cortex: Processing and Representational Perspectives**. *Reviews Neuroscience*, 4, 2, 139-147.

NEUROOBRAZOWANIE. PRZEGLĄD KRYTYKI FMRI

STRESZCZENIE: Metody neuroobrazowania są niedoskonałe, jednak nie oznacza to, że nie powinno się ich używać. Istnieje wiele kontrowersji wokół interpretacji danych fMRI oraz neuroobrazowania. Krytyka neuroobrazowania ukazuje szereg problemów metody: możliwe błędy statystyczne (np. błąd porównań wielokrotnych), zawyżanie wartości wyników badań, brak wiedzy o zależności pomiędzy parametrem BOLD a aktywnością neuronalną czy stawianie tendencyjnych, implikowanych metodą hipotez. Krytyka neuroobrazowania oferuje klucz do zrozumienia, co tak na prawdę pokazują nam neuroobrazy.

SŁOWA KLUCZOWE: fMRI, neuroobrazowanie, błąd porównań wielokrotnych, parametr BOLD.

NEUROIMAGING. REVIEW OF CRITIQUE OF FMRI

SUMMARY: The methods of neuroimaging are imperfect, but still can be useful. There are many controversies about fMRI data analysis and meaning of neuroimages themselves. The critique of neuroimaging spotlights various problems: possible statistical misinterpretations (like multiple comparisons), overestimate outcome of research, lack of knowledge about correlation between BOLD parameter and neural activity or biased hypothesis implicated by method. The critique of neuroimaging offers us a key to understand what do neuroimages really show.

KEYWORDS: fMRI, neuroimaging, multiple comparisons, BOLD parameter.

NOTY BIOGRAFICZNE

MARIA M. AVGUSTIUK – dr nauk psychologicznych, lektor w Narodowym Uniwersytecie „Akademia Ostrogska”. Zakres zainteresowań: psychologia poznawcza, społeczna, stosowana oraz wychowawcza. E-mail: mariia.avgustiuk@oa.edu.ua.

ŁUKASZ BUDZICZ – dr, adiunkt w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zakres zainteresowań: wartość poznawcza badań empirycznych, psychologia ewolucyjna. E-mail: l.budzicz@wpps.uz.zgora.pl.

BARBARA CZARDYBON – dr nauk humanistycznych, Instytut Filozofii UZ. Zakres zainteresowań: coaching, trening interpersonalny, psychoterapia grupowa, warsztaty rozwoju osobistego. E-mail: b.czardybon@ifil.uz.zgora.pl.

ARTUR DOLIŃSKI – dr, adiunkt w Katedrze Seksuologii, Poradnictwa i Resocjalizacji Wydziału Pedagogiki, Psychologii i Socjologii Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zakres zainteresowań: poradnictwo młodzieżowe, komunikacja w zespołach, style kierowania zespołami. E-mail: a.dolinski@ips.uz.zgora.pl.

DAGMARA GAWRON – dr, SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu. Zakres zainteresowań: następstwa koncentracji na własnym wyglądzie, dotyczące aspektów Ja-fizycznego, samooceny oraz zmian negatywności/pozytywności nastroju z uwzględnieniem różnic międzypłciowych. E-mail: dagmara.gawron@swps.edu.pl.

RUSLANA B. KALAMAZH – dr nauk psychologicznych, profesor, zastępca rektora narodowego Uniwersytetu „Akademia Ostrogska”. Zakres zainteresowań: psychologia poznawcza, społeczna, procesów myślowych oraz wychowawcza. E-mail: ruslana.kalamazh@oa.edu.ua.

INOKENTIY A. KORNIYENKO – dr nauk psychologicznych, adiunkt Katedry Psychologii, Państwowy Uniwersytet w Mukaczewie, Ukraina. Zakres zainteresowań: strategie radzenia sobie ze stresem. E-mail: I.Korniyenko@mail.msu.edu.ua.

LEONID V. KULIKOV – dr hab., profesor, Zakład Psychologii Społecznej, Sankt-Petersburski Uniwersytet Państwowy. Zakres zainteresowań: relacje interpersonalne, psychologia emocji i stanów psychicznych, regulacja emocjonalna stosunków międzyludzkich. E-mail: leon-piter@mail.ru.

WIESŁAW ŁUKASZEWSKI – prof. dr hab., kierownik Zakładu Psychologii Osobowości Instytutu Psychologii Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zainteresowania naukowe: psychologia społeczna oraz psychologia osobowości. E-mail: w.lukaszewski@wpps.uz.zgora.pl.

DOROTA NIEWIEDZIAŁ – dr, adiunkt w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Zielonogórskiego, psycholog, psychoterapeuta terapii systemowej. Zainteresowania naukowe: psychologia rozwoju człowieka w ciągu życia, psychogerontologia, psychologia jakości życia ludzi w okresie starzenia się, zachowania wiążące, problematyka gender. E-mail: d.niewiedzial@wpps.uz.zgora.pl.

IHOR D. PASICHNYK – dr psychologii, profesor, rektor Narodowego Uniwersytetu „Akademia Ostrogska”. Zakres zainteresowań: psychologia ogólna, społeczna, edukacyjna oraz procesów poznawczych. E-mail: ihor.pasichnyk@oa.edu.ua.

DARIA K. PETROVA – licencjat psychologii, Sankt-Petersburski Uniwersytet Państwowy. Zakres zainteresowań: psychologia emocji. E-mail: leon-piter@mail.ru.

SERGEY M. SHINGAEV – dr hab., profesor, Kierownik Zakładu Psychologii w Sankt-Petersburskiej Akademii Podyplomowego Kształcenia Pedagogicznego. Zakres zainteresowań: psychologia zdrowia, psychologia zarządzania, psychologia zdrowia zawodowego. E-mail: appo.psy@mail.ru.

ANGELIKA W. SZAMNE – dr hab., profesor, Zakład Pracy Socjalnej i Psychologii, Narodowy Uniwersytet Zasobów Biologicznych i Ochrony Środowiska, Kijów, Ukraina. Zakres zainteresowań naukowych: zdrowie psychiczne, kryzysy rozwojowe, psychologia migracji, psychologia rozwoju. E-mail: shamne@nubip.edu.ua.

JUSTYNA TREPKA-STAROSTA – dr nauk humanistycznych, psycholog, biegły sądowy, psycholog w Ośrodku Leczenia Nerwic i Zaburzeń Jedzenia „Dąbrówka” w Gliwicach. Zakres zainteresowań: psychologia kliniczna i sądowa, diagnoza psychologiczna, psychopatologia i symptomatologia zaburzeń psychicznych. E-mail: pstar@mp.pl.

MICHAŁ WOŹNY – student psychologii UZ; certyfikowany statystyk SPSS. E-mail: 87636@stud.uz.zgora.pl.