

## **Motywy związane z koncepcją siebie**

dr Tomasz Jankowski  
Katedra Psychologii Osobowości  
Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego  
Al. Raławickie 14, Lublin 20-950

Adres do korespondencji:  
ul. Okrzei 14/86, Lublin 20-128  
tel. domowy: (081) 748-38-49,  
tel. kom.: 504 619 752  
e-mail: [tojankowski@poczta.onet.pl](mailto:tojankowski@poczta.onet.pl)

## **Abstrakt**

Sposób budowania koncepcji siebie rzadko bywa obiektywny i „naukowy”. Na to, jak rozumiemy samych siebie mają wpływ określone czynniki motywacyjne. Artykuł prezentuje cztery podstawowe motywy zaangażowane w procesy przetwarzania informacji o sobie: autowaloryzację, autoweryfikację, autodiagnozowanie oraz autodoskonalenie. Omówione są uwarunkowania związane z każdym z motywów, jak również modele łączące wyniki badań nad procesami przetwarzania informacji o sobie. W szczególności zwrócono uwagę na dwa modele: taktyczny model umacniania siebie autorstwa Sedikides i Strube oraz model procesów przetwarzania informacji o sobie autorstwa Swanna.

## **Self-evaluation motives**

A self-concept is seldom formatted and maintained in objective and “scientific” manner. How one thinks of oneself is depended on motivational factors. The article presents four basic motives entangled in self-evaluation processes: self-enhancement, self-verification, self-assessment and self-improvement. Relationship between the motives, as well models integrating current knowledge about self-evaluation processes are main subject of analysis. Sedikides and Strube`s “Self-Concept Enhancement Tactician Model” (SCENT) and Swann`s model of self-evaluation processes are considered.

## **Wprowadzenie**

W jaki sposób ludzie budują koncepcję siebie? Które z informacji odnoszących się do „Ja” wcielane są w ramy obrazu siebie, a które odrzucane? Czy osobę myślącą o sobie można porównać do obiektywnego naukowca starającego się bezstronnie dociec prawdy, w tym wypadku o sobie, czy też samowiedza jest wynikiem tendencyjnego ujmowania rozmaitych faktów? Powyższe pytania są tylko reprezentatywną próbką problemów, z którymi od szeregu lat stara się uporać psychologia osobowości (zob. Oleś 2003, s.249-253). Szczególnie wyraźnie da się zauważyć zainteresowanie procesami związanymi z koncepcją siebie w nurcie psychologii społeczno-poznawczej (zob. Wojciszke 2002, s.145-164). Aczkolwiek badania nad nimi prowadzone są już od około 30 lat, istnieją kontrowersje co do liczby oraz charakteru motywów regulujących przebieg procesów zachodzących w obrębie koncepcji siebie. Różni autorzy optują za istnieniem czterech, trzech, dwóch a nawet jednego podstawowego motywu, którym kieruje się jednostka kształtując obraz siebie. Celem niniejszego artykułu jest próba przeanalizowania argumentów stojących za każdym z tych stanowisk oraz propozycja uporządkowania wiedzy odnośnie procesów autoewaluacyjnych.

### **1. Motywy autoewaluacyjne**

#### **1.1. Autowaloryzacja**

Motywe, którego istnienie pozostawia najmniej wątpliwości jest autowaloryzacja (*self-enhancement*). Polega ona na dążeniu do uzyskiwania oraz zachowywania pozytywnych informacji odnośnie własnej osoby. Zgodnie z intuicją, którą potwierdziły setki badań empirycznych (Sedikides, Strube 1997), większość z nas chce myśleć o sobie i być spostrzegana przez innych w sposób pozytywny. Wydaje się to wiązać z regułą, o której na gruncie psychologii pisał już Freud, mianowicie zasadą przyjemności. Dążymy do uczuć pozytywnych starając się jednocześnie

unikać emocji negatywnych, a ponieważ obraz siebie jest znaczącym źródłem stanów emocjonalnych, zasada przyjemności dotyczy również informacji o sobie.

Liczne badania nad dążeniem do pozytywnego obrazu siebie pozwoliły na zidentyfikowanie szeregu zjawisk, których autowaloryzacja jest źródłem. Dotyczą one procesów intrapersonalnych oraz interpersonalnych. Na przykład badania nad pamięcią i przetwarzaniem informacji pokazały, że ludzie zniekształcają wspomnienia w sposób, który ukazuje wyższy niż w rzeczywistości poziom wykonanych zadań (Crary 1966 za Sedikides, Strube 1997); lepiej zapamiętują związane z własną osobą cechy pozytywne niż negatywne (Kuiper, Derry 1982 za Sedikides, Strube 1997); lepiej zapamiętują informacje od innych osób, które dotyczą własnych sukcesów niż porażek (Silverman 1964 za Sedikides, Strube 1997); szybciej przetwarzają pozytywne informacje związane z własną osobą niż negatywne (Kuiper, MacDonald 1982 za Sedikides, Strube 1997); spędzają więcej czasu na czytaniu pochlebnych informacji o sobie w porównaniu z informacjami niepochlebnymi (Baumeister, Cairns 1992); spostrzegają swoją atrakcyjność fizyczną oraz prezencję w sposób bardziej pozytywny, a zarazem mniej dokładny niż to robią w stosunku do nich inne osoby (Feingold 1992 za Sedikides, Strube 1997); pozytywne terminy afektywne oceniają jako bardziej odnoszące się do własnej osoby niż terminy negatywne (Staats, Skowronski 1992 za Sedikides, Strube 1997); rekonstruują własną przeszłość w sposób wybiórczy, służący pozytywnej samoocenie (Ross 1989 za Sedikides, Strube 1997).

W 1989 roku Taylor i Brown przedstawili artykuł, w którym argumentowali istnienie złudzeń poznawczych związanych z koncepcją siebie (por. także Taylor, Brown 1994; Colvin, Block 1994; Colvin, Block, Funder 1995). Celem tych złudzeń jest utrzymanie pozytywnej samooceny, która z kolei – zgodnie z podstawową tezą autorów – wiąże się z wieloma aspektami zdrowia psychicznego. Do wymienionych przez nich iluzji należą między innymi: ocena własnej osoby „powyżej średniej” oraz przesadny optymizm.

O złudnym charakterze przesadnie pozytywnej samooceny świadczy prosty fakt potwierdzony w wielu badaniach: większość osób z badanej grupy w odniesieniu do przeciętnej w grupie ocenia się wyżej od niej (porównując się z nią pod względem rozmaitych cech i zdolności, na przykład: poczucia szczęścia, zdolności przywódczych, prowadzenia samochodu itp.). Ponieważ powyżej przeciętnej może znajdować się tylko określona część grupy, a nie większość, świadczy to o pewnej iluzji jaką mamy na swój temat. Potwierdza ten fakt dodatkowo rozbieżność pomiędzy pozytywną oceną własnej osoby a bardziej zrównoważoną oceną zewnętrznych obserwatorów (zob. Kruger, Dunning 1999).

Przesadny optymizm z jakim większość ludzi patrzy w przyszłość da się podsumować w haśle „Przyszłość będzie wspaniała, a szczególnie dla mnie” (większość badań dokumentujących ten efekt, co warto zauważyć, zostało przeprowadzonych na gruncie północno-amerykańskim; być może warunki społeczno-ekonomiczne mają wpływ na modyfikację tego zjawiska). Aczkolwiek z samego oczekiwania pozytywnych doświadczeń związanych z przyszłością (posiadanie satysfakcjonującej pracy, wysokiej pensji, utalentowanego dziecka) oraz braku negatywnych doświadczeń w przyszłości (wypadku samochodowego, bycia ofiarą przestępstwa, trudności w znalezieniu pracy) nie wynika jeszcze ich złudny charakter, większość z nas jednakże „nie daje” innym równych szans – „moja przyszłość wygląda bardziej optymistycznie niż twoja”. Nie jest jednak możliwe aby przyszłość każdej osoby była bardziej różowa niż jej rówieśników, co wskazuje na jej iluzoryczny charakter (por. Taylor, Brown 1988).

Inne badania pokazują reakcje ludzi na informacje mogące zagrozić samoocenie. Na przykład własne słabości ludzie uważają za powszechne, natomiast mocne strony za wyjątkowe. Podobnie zadania, w których doświadczyli porażki są dla nich mniej znaczące niż te, w których odnieśli sukces. W przypadku popełnienia błędów, przyczyny uzyskania negatywnych wyników przypisują okolicznościom zewnętrznym, natomiast w wypadku osiągnięcia sukcesu, jako jego źródło wymieniają własne

działania i cechy. Informacje zwrotne o niejednoznacznym charakterze, interpretują jako pozytywne (zob. Blaine, Crocker 1993; Sedikides, Campbell, Reeder, Elliot 1998).

Procesy porównywania społecznego zdają się odzwierciedlać motyw autowaloryzacji równie silnie jak procesy pamięciowe i przetwarzania informacji. Na przykład przy doświadczeniu porażki, badane osoby albo ograniczały ilość porównań z innymi, albo porównywały się „w dół”, to znaczy do osób, które uzyskały wyniki jeszcze gorsze. Badania pokazują, że porównywanie się „w dół” zwiększa psychologiczne przystosowanie, redukuje uczucie wewnętrznego dysonansu oraz wzmacnia samoocenę (zob. Sedikides, Strube 1997).

Motyw autowaloryzacji wpływa na rodzaje relacji interpersonalnych. Okazuje się bowiem, że istnieje tendencja do wybierania sobie znajomych, którzy mają pozytywne cechy w obszarach, które są mało znaczące dla badanych. Mówimy tu o efekcie „kapania się w czyjejs chwale”. Jeżeli jednak cechy będące przedmiotem porównania są dla badanej jednostki ważne, unika ona bliskich relacji z osobami, które są oceniane wyżej w danym obszarze. Istnieje również tendencja do pomniejszania osiągnięć osób, których nie lubimy, jak również „wybielania” słabości osób, z którymi jesteśmy kojarzeni (zob. Aronson, Wilson, Akert 1997).

Ciekawym efektem związanym z autowaloryzacją jest zjawisko samo-utrudniania (*self-handicapping*; Szmajke 1996; Doliński, Szmajke 1994). W przypadku niepewności co do wyniku jakiegoś zadania, okazuje się, że istnieje paradoksalna tendencja do utrudniania sobie jego wykonania. Student zdający egzamin, może na przykład przyjść na egzamin niewyspany, głodny, bez uprzedniego przygotowania. Szanse na zdanie egzaminu w takiej sytuacji oczywiście maleją, ryzyko porażki zdecydowanie się zwiększa. Niemniej nawet jeżeli student nie zda egzaminu, będzie mógł powiedzieć „Nie dlatego nie zdałem, że jestem nieinteligentny – zdałbym go gdybym był wyspany, najedzony i miał więcej czasu do nauki”. Dzięki takiej taktyce, w przypadku porażki ma szansę ocalić istotny aspekt samooceny, jakim jest „bycie inteligentnym”. Można

się domyśleć co powie w przypadku, gdy uda mu się zdać z dobrą oceną: „No proszę, byłem na egzaminie nieprzygotowany jak należy, niewyspany, głodny a pomimo to zdałem – nie każdy to potrafi!”. Dzięki taktyce samoutrudniania bez względu na wynik zadania, ma możliwość uratowania lub nawet podniesienia samooceny.

Nawet krótka prezentacja badań pokazuje dużą różnorodność aspektów ludzkiego funkcjonowania, w których można odnaleźć przejawy motywu autowaloryzacji. W całym bogactwie badań na jego temat brakuje koncepcji, które łączyłyby w spójną całość wyżej przedstawione zjawiska. Istnieją jedynie teorie, które starają się wytłumaczyć pewne kategorie zachowań związanych z autowaloryzacją – przykładem może być model utrzymywania samooceny Tessera (*Self-esteem Maintenance Model*; Tesser 2000).

Powstaje jednak pytanie: czy poza hedonistycznym w gruncie rzeczy dążeniem do podniesienia własnej samooceny istnieje lub istnieją inne motywy, które równie silnie jak autowaloryzacja kształtują sposób, w jaki przebiega nasze myślenie o sobie i autoprezentacja? Silny nurt badań wskazuje na pozytywną odpowiedź na to pytanie pokazując liczne dowody na obecność motywu autoweryfikacji (*self-verification*).

## **1.2. Autoweryfikacja**

Większość opisanych wyżej zjawisk związanych z procesami autowaloryzacji wywodzi się z wcześniejszej teorii dysonansu poznawczego. Zgodnie z nią ludzie mają tendencję do redukcji dysonansu jaki może zaistnieć w wyniku wystąpienia co najmniej dwóch sprzecznych ze sobą przekonań (Festinger 1957). Niespójność w sferze poznawczej i dyskomfort z tym związany wedle pierwotnej teorii jest wystarczającym motywem do uruchomienia procesów redukujących dysonans. Jednakże wiele badań weryfikujących teorię Festingera pokazało, że aby tłumaczyć ona wszystkie uzyskiwane wyniki, musi uwzględniać jeszcze jakiś czynnik pośredniczący – niespójność bowiem sama w sobie nie jest wystarczającym motywem aktywizującym

zachowanie. Dla wielu badaczy takim czynnikiem była właśnie potrzeba zachowania pozytywnej samooceny. Ludzie mają tendencję do redukcji dysonansu, który się pojawia wtedy, gdy uświadamiają sobie negatywny aspekt własnej osoby (Aronson, Wilson, Akert 1997; Harmon-Jones 2004).

Nie wszyscy badacze zgodzili się jednak na zredukowanie teorii dysonansu poznawczego do mechanizmów autowaloryzacji. Wskazali przy tym, że koncepcja Festingera, aczkolwiek najbardziej eksploatowana, była jedną z kilku teorii wchodzących w skład szerszego nurtu w psychologii społecznej, którego głównym założeniem jest przekonanie o silnej tendencji do zachowywania spójności i integracji w sferze poznawczej. Przykładem może być teoria wewnętrznej spójności Leckego (Lecky 1945). Lecky, podobnie jak Festinger kładł nacisk na silną potrzebę zachowywania spójności pomiędzy różnymi przekonaniami. W odróżnieniu jednak od twórcy teorii dysonansu poznawczego, podkreślał znaczenie spójności w ramach koncepcji siebie. Utrzymywał przy tym, że potrzeba spójności jest nadrzędna wobec samooceny, w związku z czym osoby o negatywnej koncepcji siebie będą szukały jej potwierdzenia nawet wbrew dążeniu do autowaloryzacji.

Teoria Leckego przez długi czas pozostawała w cieniu innych koncepcji. W bezpośredni sposób nawiązał do niej w latach `80 William Swann przeformułując główne założenia Leckego, które stały się podstawą idei autoweryfikacji (Swann, Read 1981). Oparta jest ona na założeniu, że ludzie mają wrodzone dążenie do maksymalizowania zdolności przewidywania oraz kontroli nad zdarzeniami kształtującymi ich życie. Przewidywalność i kontrola zaspokajają jeszcze głębszą w stosunku do nich potrzebę bezpieczeństwa, redukując tym samym lęk przed chaosem i destrukcją. Podstawą poznawczą umożliwiającą przewidywanie i kontrolę jest stabilna, trwała i spójna koncepcja siebie. Jako taka jest punktem odniesienia dla wielu decyzji i zachowań (aspekt epistemologiczny), a także ułatwia przebieg relacji interpersonalnych



(aspekt pragmatyczny), dlatego też ludzie są silnie motywowani do jej potwierdzenia (Swann 1983; Swann i inni 2002).

Dążenie do utrzymywania stabilnej i spójnej koncepcji siebie wyraża się, podobnie jak autowaloryzacja, w wielu procesach intra i interpersonalnych. Swann (1987) wyróżnia dwie klasy strategii autoweryfikacyjnych. Pierwsza z nich obejmuje zachowania, które mają na celu zorganizowanie takiego otoczenia społecznego, które byłoby źródłem potwierdzających obraz siebie informacji. W skład drugiej wchodzi natomiast szereg procesów poznawczych, których celem jest zniekształcanie spostrzegania rzeczywistości, tak by było one zgodne z podstawowymi elementami koncepcji siebie. Poniżej omówimy bardziej szczegółowo wymienione przez Swanna strategie.

Wychodząc z założenia, zgodnie z którym ludzie mają tendencję do wybierania takich „niszy” społecznych, które zaspokajałyby ich potrzeby, Swann analizuje trzy sposoby umożliwiające zapewnienie sobie relacji z innymi tak, by potwierdzały one własny status quo.

Pierwsza z tych strategii polega na selektywnym wyborze interakcji z innymi ludźmi. Szereg badań przytaczanych przez Swanna (1987) pokazuje, że ludzie „ciążą” w kierunku relacji, w których mogą potwierdzić obraz własnej osoby. Osoby badane w różnych eksperymentach przez Swanna i jego współpracowników preferowały partnerów, którzy udzielali im informacji zwrotnych w sposób zgodny z ich własną koncepcją siebie. Ta tendencja sprawdzała się również w przypadkach osób o negatywnej samoocenie – takie osoby wybierały partnerów, którzy byli źródłem negatywnych ocen. Warto przy tym zauważyć, że o wyborze „negatywnego” partnera interakcji decydowały nie tyle skłonności masochistyczne, ile względy pragmatyczne. Swann przytacza relacje jednej z badanych osób (o negatywnej samoocenie), która zapytana o to, dlaczego wybrała do dalszego kontaktu (w trakcie eksperymentu) partnera będącego źródłem negatywnych informacji zwrotnych, odpowiada w następujący sposób: „Ponieważ wydaje się on znać moją pozycję oraz to,

jak czasami się czuję, może będzie mi łatwiej ułożyć sobie z nim spotkanie” (Swann, Stein-Seroussi i inni 1992).

Badania prowadzone przez Swanna i współpracowników nie ograniczały się jedynie do eksperymentów laboratoryjnych. Zaobserwowano również, że w typowych życiowych sytuacjach związanych z małżeństwem, środowiskiem pracy, szkołą ludzie poszukują relacji, w których zachowywaliby nienaruszony obraz siebie (por. De La Ronde, Swann 1998). Autor podkreśla, że relacje motywowane autoweryfikacją ze względu na formalne zobowiązania oraz społeczną presję ulegają inercji – czynnikowi, który dodatkowo wpływa na ich samopodtrzymujący się charakter (Swann i inni 2002).

Inną strategią autoweryfikacyjną jest świadome lub nieświadome wysyłanie przez ludzi szeregu wskazówek dotyczących tego, jak się sami spostrzegają i jakich oczekują w związku z tym reakcji. Wskazówki, aby były skuteczne muszą spełniać dwa warunki: pozostawać pod kontrolą danej osoby oraz wywoływać u ludzi specyficzne zachowania. Najbardziej typowymi „nośnikami” komunikatów o sobie są wygląd zewnętrzny – zwłaszcza ubiór, kosmetyki, manipulowanie wyglądem ciała (na przykład odchudzanie, tatuaże), postawa ciała – ale również sposób tytułowania własnej osoby, urządzenie miejsca pracy i zamieszkania, przedmioty, które się gromadzi itp. (zob. Goffman 1959 za Swann 1987). Aby odróżnić motyw autoweryfikacji od autowaloryzacji, Swann podkreśla, że wskazówki mogą dotyczyć nie tylko tożsamości pozytywnej ale również negatywnej (por. Gosling i inni 2002). Według niego nie są one jedynie manifestacją tego kim jestem, ale również apelem do innych ludzi o reakcje stosowne do tego kim jestem.

W sytuacjach gdy osoba znajdzie się w obcym otoczeniu (nie sprzyjającym potwierdzeniu własnej samowiedzy), a wskazówki tożsamościowe pozostają bez echa (nie wywołując pożądanых reakcji) uruchamiana jest trzecia strategia o charakterze interpersonalnym – próba aktywnego przekonania kogoś do potwierdzenia własnej koncepcji siebie (Swann, Wenzlaff i inni 1992). Okazuje się, że im bardziej osoby są pewne

tego co o sobie myślą, tym bardziej angażują się w wywołanie u innych reakcji potwierdzających ich myślenie, zwłaszcza w sytuacji, w której przewidują możliwość uzyskania informacji sprzecznych z obrazem siebie. Takie wyniki uzyskali Swann i Read w przeprowadzonych przez siebie eksperymentach. W pierwszym z nich badacze poinformowali uczestników eksperymentu (podzielonych na dwie grupy: zdradzających pozytywne vs negatywne nastawienie w stosunku do własnej osoby) o kontakcie z osobą, która ich oceni. Część z osób dowiedziała się, że ten, kto ich będzie oceniał prawdopodobnie odniesie się do nich w miły sposób – potraktuje je jako osoby sympatyczne; natomiast druga grupa została poinformowana, że osoba oceniająca będzie raczej nieprzychylna w stosunku do nich – okaże brak sympatii. Pozostała część osób badanych nie otrzymała żadnych informacji o osobie mającej je ocenić. Wyniki potwierdziły oczekiwania badaczy: uczestnicy eksperymentu w kontakcie z osobą oceniającą starały się wywołać u niej reakcje, które potwierdziłyby ich spostrzeganie samych siebie. Szczególnie wyraźnie zaznaczyła się ta tendencja u osób, które oczekiwały, że osoba je oceniająca nie potwierdzi tego, co one same myślą o sobie (Swann, Read 1981).

Podobne wyniki zostały uzyskane w szeregu innych badań, przeprowadzonych również w warunkach nielaboratoryjnych. Na przykład Swann, Milton i Polzer (2000) badając grupy ćwiczeniowe studentów odkryli, że tendencja indywidualnych członków grup do uzyskiwania od pozostałych uczestników ocen zgodnych z ich koncepcją siebie jest silniejsza niż kształtowanie obrazu siebie indywidualnych osób przez informacje od członków grupy.

Jakkolwiek opisane powyżej strategie najczęściej okazują się skuteczne, czasem dochodzi jednak do sytuacji, w których pomimo interpersonalnych wysiłków osoby spójność i stabilność jej koncepcji siebie zostaje zagrożona. Zgodnie z teorią autoweryfikacji dochodzi wtedy do szeregu poznawczych zniekształceń chroniących trwałość samowiedzy.

Przykładem może być tendencja do manipulowania uwagą. Wyniki badań pokazują, że ludzie przykładają więcej uwagi do informacji o sobie gdy spodziewają się, że potwierdzą one ich stabilny obraz siebie (Swann, Read 1981). Wyraża się to między innymi w wydłużonym czasie, jaki poświęcają na zapoznawanie się z udzielonymi przez innych ocenami własnej osoby.

Motyw autoweryfikacji kształtuje również procesy zapamiętywania i przypominania, których zniekształcenia obejmują nie tylko ilość ale i treść kodowanych informacji. Istnieje tendencja, potwierdzona eksperymentalnie, do zapamiętywania większej ilości szczegółów sytuacji, w których koncepcje siebie osób badanych uzyskiwały potwierdzenie (w odniesieniu do sytuacji stanowiących zagrożenie dla samowiedzy). W badaniach, w których uczestnicy otrzymywali zarówno pozytywne jak i negatywne charakterystyki własnej osoby, zapamiętywali szczególnie te, które potwierdzały ich obraz siebie (pozytywny lub negatywny; Swann, Read 1981).

Uzyskując informacje na swój temat ludzie mogą w różny sposób odpowiadać na takie pytania jak: „Jakie znaczenie ma dla mnie dana informacja?”, „Na ile jest ona wiarygodna?”, „Co ona mówi o mnie?”. Okazuje się, że odpowiedzi na te pytania są dobierane tendencyjnie w zależności od tego, czy informacja zwrotna potwierdza czyjąś koncepcję siebie czy jej zagraża. Na przykład informacje zgodne z koncepcją siebie są oceniane jako bardziej diagnostyczne, niż te, które jej nie potwierdzają. Podobnie, źródło informacji potwierdzających (na przykład jakieś zadanie lub osoba) jest w odczuciu badanych bardziej wiarygodne od źródła informacji zagrażających. Innymi słowy, gdy słyszymy coś, co się nie zgadza z naszą samowiedzą, mamy tendencję do dyskredytowania tej informacji i jej źródła (zob. Swann i inni 1987).

Swann twierdzi, że autoweryfikacja ma najczęściej charakter rutynowy. Ponieważ większość z ludzi żyje w jasno zdefiniowanym otoczeniu społecznym i zawiera w związku z tym niepisaną umowę z innymi o wzajemnym poszanowaniu tego w jaki sposób siebie spostrzega, na ogół

nie dostrzegamy procesów autoweryfikacji. Są one bowiem w dużym stopniu automatyczne, nie wymagają wysiłku i świadomej kontroli. Po prostu, dopóki osoba trwa w środowisku, które potwierdza jej koncepcję siebie, dopóty nie ma potrzeby uruchamiać tzw. kryzysowej autoweryfikacji. Jednakże w sytuacjach, które aktywizują samowiedzę (na przykład w momentach podejmowania trudnych lub ważkich decyzji, lub w konfrontacji z informacją o sobie nieprzystającą do dotychczasowego wizerunku siebie) uruchamiane są wysiłki, często świadome w celu utrzymania dotychczasowego, stabilnego obrazu siebie (Swann 1987). Siła „grawitacji” z jaką oddziałuje „masywny” obraz siebie nie pozwala na wykroczenie poza jego ramy w kierunku nowych informacji o sobie.

W dyskusji nad stałością vs. zmiennością koncepcji siebie Swann opowiada się za względną niezmiennością samowiedzy. Motyw autoweryfikacji powoduje, że trwałe zmiany w myśleniu o sobie zachodzą rzadko i są trudne do przeprowadzenia. Zmiany jakie następują w koncepcji siebie, a które wywoływane były niejednokrotnie w warunkach laboratoryjnych, zdaniem Swanna są po pierwsze nietrwałe, po drugie dotyczą jedynie wybranych elementów obrazu siebie, najczęściej peryferyjnych. Tak jak na taśmie filmowej możemy zmienić kilka klatek, przez co nie zmieni się ogólny sens i wątek filmu, podobnie możemy zmienić przekonania odnośnie poszczególnych charakterystyk własnej osoby, przez co nie zmieni się nasza podstawowa tożsamość. Teoria autoweryfikacji dopuszcza jednak możliwość „ucieczki z pułapki” jaką dla niektórych osób może stać się ich własne Ja. Aby koncepcja siebie uległa trwałej zmianie muszą zostać spełnione następujące warunki. Po pierwsze reorganizacji musi ulec rdzeń koncepcji siebie, lub też jej najbardziej ogólna (stojąca najwyżej w hierarchii systemu Ja) część. Zmiany peryferyjne nie doprowadzą do istotnych przekształceń. Po drugie, musi zaistnieć wsparcie dla nowej koncepcji siebie w otoczeniu społecznym. Osoba, której uda się zmienić myślenie o sobie, która jednak wróci do relacji z ludźmi z okresu przed zmianą, najczęściej nie zdoła utrwalić nowego obrazu siebie, „opadając” ku dawnym przekonaniom o sobie

(Swann 1987). Przykładów tego typu trwałych zmian w koncepcji siebie można się dopatrzeć w przemianach jakie zachodzą w krytycznych momentach rozwojowych (kryzys dojrzewania, kryzys połowy życia; zob. Oleś 2000) oraz w konwersjach religijnych.

Omówione powyżej motywy autowaloryzacji oraz autoweryfikacji podważają przekonanie wyrażone w delfickim haśle „Poznaj siebie” o tym, że ludzie dążą do prawdy o sobie. Jeżeli bowiem chcą prawdy, to jedynie takiej o której już są przekonani, przy czym najlepiej by była ona pozytywna. Poniżej postaramy się przeanalizować dowody wskazujące na to, że klasyczne wyobrażenie człowieka jako bezstronnego naukowca, rzetelnie przyglądającego się sobie może zostać przynajmniej w części ocalone.

### **1.3. Autodiagnozowanie**

Zgodnie z motywem autodiagnozowania (*self-assessment*) ludzie szukają trafnych i rzetelnych informacji o sobie (zob. Sedikides, Strube 1997; Sedikides 1993). Ważną cechą tego motywu jest to, że walencja informacji jest w tym wypadku nieistotna – o ile dana informacja stanowi źródło trafnego samopoznania, jej integracja nie zależy od wpływu jaki ma na samoocenę. Innymi słowy, osoby motywowane autodiagnozowaniem preferują informacje prawdziwe o sobie, niezależnie od tego, czy te informacje są pozytywne czy też negatywne. Odróżnia to autodiagnozowanie od autowaloryzacji. Motywowani autodiagnozowaniem ludzie są po prostu bardziej obiektywni – nie dążą za wszelką cenę do pozytywnego wizerunku siebie, ale raczej do adekwatnego obrazu własnej osoby. Można jednak zadać pytanie: jakie informacje ludzie uważają za trafne i prawdziwe? Badania Swanna pokazują, że dla wielu osób trafna informacja, to ta która zgadza się z ich ustaloną koncepcją siebie, a więc z tym co już o sobie wiedzą. Na tej podstawie niektórzy autorzy podważają istnienie autodiagnozowania, redukując je do procesów autoweryfikacji (zob. Swann, Wenzlaff i inni 1992). Jednakże paradygmat badań, na

których opiera się koncepcja autodiagnozowania nie pozwala na taką redukcję.

Podstawowe założenie, które wyznacza sposób prowadzenia badań nad autodiagnozowaniem łączy siłę tego motywu z niepewnością jaką ktoś ma w stosunku do własnej osoby. Niepewność wynikająca z braku informacji o sobie, lub też ich sprzecznego charakteru wzbudza zachowania zmierzające do jej zredukowania. Motywacyjny charakter niepewności uwidacznia się wyraźniej na tle szeregu adaptacyjnych funkcji jakie spełnia koncepcja siebie o dużym stopniu pewności. Badania prowadzone przez psychologów zajmujących się funkcjonowaniem jednostek w organizacjach, a także prace Yaacova Trope (1979) oparte na tym założeniu dostarczają szeregu danych wskazujących na działanie motywu autodiagnozowania. Badania prowadzono na obszarze takich zagadnień jak: atrakcyjność, preferencja, konstruowanie oraz wybór zadań o różnym stopniu diagnostyczności (zadanie diagnostyczne to takie, którego zakres wyników jest funkcją zdolności wykonujących je osób; im większe różnice w wynikach zadania wykonanego przez osoby o różnym stopniu zdolności, tym większa diagnostyczność).

Uogólnienia oparte na wielu precyzyjnych eksperymentach pozwalają na wyciągnięcie następujących wniosków: badani oceniają zadania wysoce diagnostyczne jako bardziej atrakcyjne i preferowane niż zadania mało diagnostyczne (Trope 1979); okazują większą ochotę oraz silniejsze intencje do pracy nad zadaniami wysoce diagnostycznymi niż mało diagnostycznymi (Trope, Ben Yair 1982).

Powyższych efektów nie można przypisać wyłącznie tendencji do pozytywnej autoprezentacji, tak jak chcą niektórzy autorzy (por. Brown, Dutton 1995 za Sedikides, Strube 1995). Wynika to z innych badań, które pokazują, że ludzie nie tylko wyrażają swe preferencje wobec zadań wysoce diagnostycznych, ale również takie wybierają, angażując się w ich rozwiązywanie i ryzykując tym samym porażkę, co stoi w sprzeczności z autowaloryzacją. Ważne jest przy tym to, że ich subiektywna ocena prawdopodobieństwa sukcesu jest równa 50% - nie można więc

powiedzieć, że wybierają zadania diagnostyczne, bo są pewni sukcesu (Strube i inni 1986; Dunning i inni 1995 za Sedikides, Strube 1995).

Inne ciekawe badania pokazują, że motyw autodiagnozowania nie ogranicza się jedynie do atrakcyjności i wyboru zadań, ale przejawia się również w bardziej aktywnej formie. Na przykład, gdy istniała możliwość własnej konstrukcji zadania, osoby badane w taki sposób je formułowały, aby służyły one do trafnego pomiaru ich umiejętności. Innymi słowy przy konstrukcji zadań brały pod uwagę ich diagnostyczność w danym obszarze. W przypadku rozwiązywania zadań o małym stopniu diagnostyczności poświęcały więcej czasu na ich wykonanie maksymalizując w ten sposób ich trafność (w przypadku zadań wysoce diagnostycznych wystarczy jedna lub niewiele prób aby uzyskać wiarygodny wynik; Trope, Ben Yair 1982).

Trzeba podkreślić, że w większości omówionych powyżej eksperymentów brano pod uwagę zmienną niepewności – albo ją w badanych wzbudzano, albo też ją uprzednio określano. Zgodnie z przewidywaniami niepewność modyfikowała wyniki – im była ona większa, tym większa tendencja do poszukiwania informacji diagnostycznych.

Istnienie motywu autodiagnozowania wydaje się być jednoznacznie potwierdzone. Niemniej istnieje szereg kontrowersji dotyczących znaczenia jakie ten motyw ma w codziennym życiu. Wydaje się, że jego wpływ na zachowanie jest dość ograniczony – uwidacznia się w krytycznych sytuacjach, w przypadku podejmowania decyzji o dużych konsekwencjach życiowych lub w wysoce specyficznych warunkach (np. laboratoryjnych). Badania, które przeanalizowali Brown i Dutton (1995 za Sedikides, Strube 1995) pokazują, że pomiędzy samooceną a oceną ze strony innych osób brakuje istotnych korelacji, co wspomniani autorzy interpretują jako przejaw małego zainteresowania trafną samowiedzą w życiu na co dzień. Może to wynikać z kilku rzeczy. Po pierwsze, podobnie jak w przypadku badań nad innymi relacjami, na przykład pomiędzy przekonaniem a zachowaniem albo pomiędzy cechami a zachowaniem, brak korelacji może być bardziej wynikiem trudności metodologicznych



aniżeli zobrazowaniem rzeczywistego braku zależności. Po drugie precyzyjna wiedza o sobie jest trudna do osiągnięcia, a z pragmatycznego punktu widzenia nie jest konieczna – pociąga za sobą konieczność wysiłku i starań, które mogą być zainwestowane w realizację innych celów. Jak argumentują Sedikides i Strube, najczęściej wystarczy nam przybliżona wiedza odnośnie naszych ograniczeń aby umożliwić adekwatne funkcjonowanie w określonych sytuacjach (Sedikides, Strube 1995).

Chociaż w niektórych sytuacjach motyw autodiagnozowania dominuje, na co dzień ludzie mogą nie być zainteresowani trafną samooceną ze względu na paradoks „mądrego, ale smutnego”. Szereg prac pokazuje, że trafność samooceny jest związana z nastrojem – osoby depresyjne (aczkolwiek nie w wielkiej depresji) posiadają bardziej dokładną i adekwatną ocenę swoich umiejętności niż osoby o pozytywnym nastroju (Alloy, Abramson 1988 za Campbell i inni 1996). Być może ludzie cenią wyżej dobre samopoczucie niż prawdę o sobie, chroniąc się przed nią w świecie iluzji. Jednym z możliwych rozwiązań tego paradoksu jest uwzględnienie innego niż niepokój i niepewność motywu uruchamiającego autodiagnozowanie – ciekawości, czyli pragnienia samopoznania dla niego samego (zob. Trapnell, Campbell 1999). Dostyc często jednak autodiagnozowanie, poza redukowaniem niepewności umożliwia uruchomienie innego dążenia – do skorygowania lub udoskonalenia własnej osoby.

#### **1.4. Samodoskonalenie**

W artykule z 1995 roku Taylor, Netter oraz Wayment uznając wagę trzech omówionych powyżej dążeń wysunęli silne argumenty za istnieniem czwartego motywu związanego bezpośrednio z koncepcją siebie. Chodziło o samodoskonalenie (*self-improvement*). Przeglądając wyniki prac dotyczących autowaloryzacji, autoweryfikacji czy też autodiagnozowania zauważyli, że motywy te nie wyjaśniają szeregu obserwowanych zjawisk, na przykład dynamiki wewnątrz koncepcji siebie, czyli zmian jakie w niej

zachodzą. Innym nie wyjaśnionym problemem był udział koncepcji siebie w procesie wyznaczania celów i ich realizacji. Motyw samodoskonalenia stwarzał użyteczne ramy do poszukiwania odpowiedzi na te pytania. Zgodnie z nim ludzie dążą do doskonalenia swoich cech, zdolności oraz umiejętności. Można, jak twierdzą autorzy, znaleźć na to wiele przykładów z życia – wystarczy zwrócić uwagę na takie obszary jak kariera zawodowa, edukacja czy też sport aby dostrzec, że zachowania ludzi w tych obszarach ukierunkowane są na doskonalenie swych umiejętności.

Autorzy uważają, że nie da się sprowadzić powyższych zjawisk do znanych wcześniej trzech motywów, ponieważ istnieje teoretyczna różnica pomiędzy tymi dążeniami a samodoskonaleniem. Zgodnie z autowaloryzacją ludzie chcą się czuć lepszymi – chodzi im o utrzymanie pozytywnej samooceny. Samodoskonalenie z kolei motywuje ludzi do tego by stawać się lepszym w jakiejś dziedzinie, co niekoniecznie musi się wiązać z utrzymaniem aktualnej pozytywnej samooceny. Autoweryfikacja utrzymuje koncepcję siebie w dość stabilnym i niezmiennym kształcie, samodoskonalenie dąży do zmian na jej obszarze. W końcu od autodiagnozowania omawiany motyw różni się zaakcentowaniem trafności nie tyle realnego obrazu siebie, co raczej jego idealnego modelu – w polu świadomości bardziej uwidacznia się Ja możliwe aniżeli Ja realne (jaki mogę być, a nie jaki jestem).

Eksperymentalne dowody potwierdzające istnienie motywu samodoskonalenia pochodzą głównie z obszaru porównań społecznych. Wbrew powszechnemu przekonaniu, zgodnie z którym ludzie mają tendencje do porównywania się z osobami uznawanymi za gorsze od siebie (porównania „w dół”) istnieje szereg sytuacji, w których ujawnia się tendencja przeciwna. Badania nad sposobami radzenia sobie u osób chorych na nowotwory pokazują, że ludzie ci dążą do kontaktów i porównują się z tymi pacjentami, którzy radzą sobie lepiej od nich samych (porównania „w górę”; zob. Bennenbroek 2003). Podobne efekty obserwuje się w przypadku osób cierpiących na inne choroby, których postęp może być ograniczony dzięki określonym wysiłkom i sposobom

radzenia sobie. Okazuje się, że porównywanie się w takich sytuacjach „w górę” umożliwia rozwój własnych umiejętności radzenia sobie z chorobą, jednocześnie wiąże się z doświadczaniem pozytywnych emocji. Osoby służące za modele stają się prawdopodobnie nie tylko wzorem do naśladowania ale źródłem nadziei (por. Sedikides, Strube 1997). Porównywanie się do osób, które pod jakimś względem są lepsze od nas obserwuje się również w badaniach nad innymi obszarami funkcjonowania, na przykład: odżywiania się, wykonywania nowych zadań, spędzania wolnego czasu.

Wydaje się, że siła z jaką motyw samodoskonalenia ujawnia się w codziennym życiu zależy od struktury koncepcji siebie, to znaczy od jej treści jak również cech formalnych. Ważnym czynnikiem umożliwiającym samodoskonalenie jest dostępność i znaczenie jakie w ramach koncepcji siebie mają tzw. Ja możliwe (Markus, Nurius 1986). Ja możliwe obrazują te cechy własnej osoby, których jeszcze nie ma, które natomiast mogą pojawić się w przyszłości. Pozytywne Ja możliwe stają się mentalnym modelem, który motywuje zachowania nakierowane na realizację wzoru. Duże znaczenie oraz dostępność Ja możliwych wzmacnia motyw samodoskonalenia (Taylor i inni 1995). Niemniej samo Ja możliwe nie wystarcza do tego by samodoskonalenie przeważało inne motywy, na przykład autowaloryzację. Okazuje się, że konieczna jest jeszcze pewna cecha struktury Ja, jaką jest przekonanie o możliwości jej modyfikacji. Badania pokazują, że kiedy osoba jest przekonana o możliwościach zmiany swojej cechy, uruchamia samodoskonalenie, kiedy jednak uważa, że jakiś jej atrybut jest niezmienny, włącza autowaloryzację (Dauenheimer i inni 2002; Dunning i inni 1995 za Sedikides, Strube 1995). Na szerszą skalę można zaobserwować te zjawiska porównując ze sobą kultury, w których struktura koncepcji siebie jest inna. Na przykład Heine i współpracownicy (2001) porównali ze sobą reakcje osób należących do różnych kultur (Japończyków oraz Kanadyjczyków) – i przez to wykazujących też różnice w strukturze koncepcji siebie – na negatywne informacje o sobie będące efektem wykonanego zadania.

Przeprowadzone eksperymenty wykazały, że osoby reprezentujące kulturę wschodnią były bardziej wrażliwe na informacje negatywne oraz angażowały się w kolejne zadania, które były podobne do zadania będącego źródłem porażki. Robiły to w celu poprawy własnych wyników. Osoby reprezentujące kulturę zachodnią przeciwnie – były wrażliwsze na informacje o sukcesie oraz angażowały się bardziej w zadania, które były podobne do zadania stanowiącego źródło sukcesu. Różnice te według autorów wynikają z odmiennych przekonań dotyczących natury cech i zdolności odpowiedzialnych za osiągnięcie określonych wyników. Japończycy, bardziej niż Kanadyjczycy spozrzegli cechy zbadane testem (związane na przykład z porażką) jako możliwe do zmodyfikowania.

Wymienione wyżej przykłady badań zdają się potwierdzać istnienie przynajmniej czterech motywów związanych z koncepcją siebie: autowaloryzacji, autoweryfikacji, autodiagnozowania oraz samodoskonalenia. Przykładając jednakże teorię do życia łatwo zauważyć sytuacje, w których niektóre motywy uruchamiają przeciwstawne dążenia. Wyobraźmy sobie osobę, która uważa siebie za kogoś mało lubianego. Na spotkaniu towarzyskim, na którym bierze udział, ponieważ jak sądzi „tak wypada”, spotyka nowo poznaną osobę, która w wyraźny sposób okazuje jej sympatię. Jest w sytuacji, w której doświadcza trudnego konfliktu motywacyjnego. Dążenie do autowaloryzacji oczywiście podpowiada dalszy kontakt z miłą osobą, jednocześnie autoweryfikacja wzbudzona przez pewną wiedzę o sobie jako kimś „nie lubianym” skłania do wycofania – „Ten człowiek nie jest warty głębszej znajomości, ponieważ uważa mnie za kogoś innego niż jestem”. W przypadku kontynuowania relacji prawda wyjdzie na jaw i w związku z tym znajomość skazana jest na nieuchronny kryzys. Który z motywów przeważy?

## **2. Wzajemne relacje pomiędzy motywami**

Konfrontacja z sytuacjami, w których poszczególne motywy nie współpracują ze sobą, a wręcz przeciwnie – są przeciwstawne, skłoniła badaczy do przeprowadzenia wielu eksperymentów mających na celu wyłonienie motywu dominującego (zob Sedikides 1993; Taylor i inni 1995; Swann i inni 1989; Swann i inni 1987; Brown 1993). Dwa wyróżniające się nurty badań opowiadały się bądź to za motywem autowaloryzacji, bądź też za autoweryfikacją. Gromadzone przez szereg lat „dowody” przemawiające za priorytetowym charakterem jednego z motywów nie przyniosły w gruncie rzeczy rozstrzygnięcia. Wiele rzetelnych badań wskazywało raz na dominację autowaloryzacji, innym razem na dominację autoweryfikacji. Aczkolwiek prowadzone prace nie pozwoliły na określenie „podstawowego” motywu związanego z koncepcją siebie, okazały się jednak owocne pod względem wyodrębnienia czynników warunkujących działanie poszczególnych dążeń. Ich obszernego przeglądu dokonali Sedikides oraz Strube w artykule z 1997 roku. Na podstawie badań wymienili oni kilkadziesiąt różnych zmiennych pośredniczących odpowiedzialnych za aktywację konkretnego motywu. Zmienne te związane są ze strukturą koncepcji siebie, nastrojem oraz emocjonalnym znaczeniem informacji o sobie, dostępnością zasobów poznawczych, kontekstem społecznym oraz kulturowym, a także różnicami indywidualnymi.

Znaczna ilość wyodrębnionych czynników odpowiedzialnych za wzbudzenie motywów w sposób naturalny wzbudziła wśród badaczy potrzebę ich zintegrowania w ramach jednego, spójnego modelu. W literaturze można znaleźć dwie poważne próby wyjaśnienia tego, w jaki sposób motywy związane z koncepcją siebie współpracują ze sobą. Autorami pierwszej z nich są Sedikides oraz Strube, natomiast drugiej Swann.

### **2.1. Model taktycznego wzmocnienia koncepcji siebie**

Model taktycznego wzmacniania koncepcji siebie (*Self-Concept Enhancing Tactician Model – SCENT*) autorstwa wspomnianych już Sedikides i Strube (1997), opiera się na trzech podstawowych założeniach.

Po pierwsze, uznaje się, że procesy ewaluacji Ja pełnią funkcję adaptacyjną. Są one bowiem związane z tzw. Ja symbolicznym, które zdaniem autorów ukształtowało się u ludzi na drodze ewolucji i umożliwiało lepsze przystosowanie do panujących warunków życia (Sedikides, Skowronski 2004; Sedikides, Skowronski 1997).

Po drugie, proces ewaluacji Ja ma charakter pragmatyczny. Według autorów oceniając znaczenie motywu należy przyjąć punkt widzenia danej jednostki, u której obserwujemy jego działanie. Często zachowanie niefunkcjonalne adaptacyjnie (z punktu widzenia obserwatora) wzbudzone określonym motywem (np. dążenie do kontaktów z osobami, które wpływają na obniżenie samooceny) odzyskuje swoje przystosowawcze znaczenie gdy przyjmimy perspektywę konkretnej osoby – w „jej” świecie, dane zachowanie służy określonemu, pozytywnemu celowi, który dla zewnętrznego obserwatora pozostaje niewidoczny.

Po trzecie, motywy są ze sobą powiązane w sposób dynamiczny. Ich działanie ma charakter bardziej komplementarny niż wykluczający się wzajemnie, co wynika po części z pierwszego założenia – służby wspólnemu celowi jakim jest lepsze funkcjonowanie w określonych warunkach życia.

Z modelu taktycznego wzmacniania koncepcji siebie wypływa kilka ważnych postulatów, które autorzy traktują jako dobrze ugruntowane hipotezy wymagające empirycznego potwierdzenia. Najważniejszy z nich to teza uznająca hierarchiczny układ motywów. W modelu SCENT przyjmuje się, że w rzeczywistości istnieje jeden motyw – autowaloryzacji, który może przejawiać się w sposób jawny, bądź też w sposób „taktyczny”. Mówiąc o autowaloryzacji jawnej Sedikides oraz Strube mają na myśli wszelkie zachowania i procesy psychiczne, które w bezpośredni sposób

dążą do podniesienia własnej wartości. Pod pojęciem taktycznej autowaloryzacji autorzy natomiast rozumieją przejawy działania pozostałych trzech motywów, które ich zdaniem w sytuacjach, w których niemożliwe lub też niekorzystne jest działanie w kierunku podniesienia własnej samooceny służą temu celowi w sposób odroczone. Argumentując powyższe stanowisko Sedikides i Strube odwołują się do zasady przyjemności zgodnie z którą ludzie dążą do doświadczania przyjemności i unikania bólu. Przyjmując, że autowaloryzacja jest wyrazem tego zjawiska na polu doświadczania siebie oraz że jest ona najbardziej pierwotna (w sensie rozwoju osobniczego i gatunkowego) a zatem i podstawowa autorzy twierdzą, że wszelkie inne motywy związane z koncepcją siebie nie mają znaczenia same w sobie, ale są podporządkowane dążeniu do pozytywnej samooceny.

Kontynuacją tego rozumowania jest inny postulat: głębsze cele jakim służą poszczególne motywy, to znaczy zwiększenie kontroli (autoweryfikacja), redukcja niepewności (autodiagnozowanie) oraz nadzieja i poczucie rozwoju (samodoskonalenie) nie są rozłączne ani nie są też celami, do których się dąży ze względu na nie same. Posiadanie poczucia kontroli, pewności oraz rozwoju i nadziei jest istotne tylko dlatego, ponieważ warunkuje zaspokojenie bardziej podstawowego pragnienia wysokiej samooceny.

Przyjmując dążenie do pozytywnej samooceny za nadrzędne, Sedikides i Strube podkreślają ograniczenia jakim musi się ono poddać ze względu na kontekst kulturowy oraz społeczny. Ze względu na interakcję jaka zachodzi pomiędzy autowaloryzacją a wymaganiami społeczno-kulturowymi określają swoją teorię mianem „ograniczonego hedonizmu”.

Kolejnym ważnym postulatem zawartym w teorii SCENT jest teza o dwóch składnikach procesu ewaluacji siebie: informacji oraz działania. Element informacyjny służy „generowaniu, formułowaniu i testowaniu hipotez dotyczących dopasowania osoby do środowiska. (...) Informacje stanowią odzwierciedlenie faktu, czy posiadane atrybuty lub zdolności pasują do wymogów sytuacji” (Sedikides, Skowronski 2004, s.105).

Efektom tego typu procesów poznawczych są dane, które umożliwiają podjęcie działań zmierzających do jawnej lub taktycznej autowaloryzacji. Działanie jest więc stosowną reakcją na istniejące warunki lub też próbą utworzenia nowych warunków, w których możliwe byłoby doświadczenie pozytywnej samooceny lub przynajmniej uniknięcie negatywnej. Procesy przetwarzania informacji oraz działanie są wzajemnie zależne. Określona aktywność, jak to opisano powyżej, jest najczęściej skutkiem konkretnej analizy poznawczej, z drugiej strony podjęcie jakichś działań jest źródłem informacji zwrotnej, która może zostać wykorzystana przy kolejnych analizach własnych cech i zdolności.

Model SCENT zaproponowany przez Sedikides i Strub, trzeba przyznać ambitny – celuje przecież w zintegrowanie wiedzy dotyczącej procesów zachodzących w obrębie systemu Ja – przyjmuje zbyt wiele założeń, które nie wynikają z faktów, co więcej w świetle niektórych z nich okazują się niesłuszne.

Po pierwsze brakuje dowodów na to, że dominującym motywem jest autowaloryzacja. Przypomnijmy, że autorzy przyjmując tę hipotezę odnoszą się do pierwotnego zjawiska zwanego zasadą przyjemności, która pojawia się w rozwoju ontogenetycznym jako pierwsza. Zgodnie z rozumowaniem autorów pierwotna oznacza podstawowa, a jako podstawowa podporządkowuje sobie wszystkie inne zjawiska. Jest to przykład znanego problemu redukcjonizmu. Swann zauważa, że pierwotność autowaloryzacji nie musi oznaczać ani jej podstawowego charakteru, ani tym bardziej tego, że inne motywy będą jej podporządkowane. Pierwotność oznacza jedynie, iż jest to najprostszy i najbardziej prymitywny sposób przetwarzania informacji. W trakcie rozwoju osobniczego kształtują się inne procesy, które nabierają autonomiczności (Swann i inni 2002).

Aczkolwiek Sedikides i Strube podkreślają, że ich teoria potrzebuje weryfikacji w postaci danych empirycznych, wydaje się, że jest ona niezgodna w pewnych punktach z danymi już znanymi, co stanowi dużo poważniejszy problem. Formułując tezę o „taktycznym” sposobie



ujawniania się autowaloryzacji przyjmują, że koniec końców celem innych motywów jest zaspokojenie potrzeby dowartościowania siebie – dostarczenia sobie dawki „głasków”. Niektóre z badań wydają się temu przeczyć. Swann wymienia na przykład szereg badań, w których osoby o negatywnym obrazie siebie szukały negatywnych informacji zwrotnych – warunki eksperymentu były przy tym ustawione w ten sposób, że jego uczestnicy nie mogli się spodziewać uzyskania dodatkowych informacji o sobie (Swann i inni 2002).

Praca Sedikides i Strube jest godną uznania próbą uporządkowania dotychczasowej wiedzy dotyczącej motywów związanych z koncepcją siebie. Jednakże ostateczny wynik tego wysiłku – model SCENT – wydaje się wzbudzać zbyt wiele wątpliwości, by go zaakceptować.

## **2.2. Model przebiegu procesów autoewaluacyjnych Williama Swanna**

Bardziej skomplikowany jest model Swanna (Swann, Schroeder 1995). Zrezygnował on z próby zunifikowania procesów ewaluacyjnych, co więcej swoją teorię oparł na założeniu, że istnieją co najmniej dwie równoległe i częściowo niezależne od siebie drogi, na których dokonują się procesy samoewaluacji. Jedna z nich wiąże się z emocjami, druga natomiast z procesami poznawczymi. Trzeba zauważyć, że założenie to jest silnie udokumentowane – na polu procesów autoewaluacyjnych (eksperymenty pokazujące odmienną reakcję emocjonalnych i poznawczych na tę samą informację zwrotną; zob. Swann, Griffin i inni 1987; Swann i inni 1990), jak również szerzej – w badaniach neuropsychologicznych (zob. LeDoux 2000; Wilson i inni 2000; Wilson, Dunn 2004). W teorii Swanna odmienne drogi przetwarzania informacji o sobie wiążą się ze specyficznymi motywami – autowaloryzacja opiera się pierwotnych procesach emocjonalnych, natomiast pozostałe motywy na bardziej złożonych procesach poznawczych.

Przebieg operacji uwzględniających motywy związane z koncepcją siebie został przedstawiony na rysunku nr 1. Schemat odzwierciedla poszczególne poziomy przetwarzania informacji o sobie.

## Rysunek nr 1

Swann identyfikuje przynajmniej trzy klasy czynników odpowiedzialnych za występowanie określonych motywów.

Pierwsza z nich dotyczy charakterystyk koncepcji siebie. Znaczenie, klarowność, spójność i pewność poszczególnych reprezentacji Ja mają duże znaczenie przy uruchamianiu określonych motywów. Na przykład pewna, spójna koncepcja siebie najczęściej wzbudza dążenia autoweryfikacyjne. Z kolei aktywizacja znaczącego, aczkolwiek niepewnego obszaru samowiedzy wiąże się często z autodiagnozowaniem. Aktywizacja spójnego i klarownego Ja idealnego może z kolei uruchomić samodoskonalenie.

Druga grupa charakterystyk obejmuje sposoby reagowania na informacje o sobie. Reakcje emocjonalne są automatyczne, a zatem szybkie i nie wymagające większego wysiłku. W sytuacjach nie wymagających głębszych analiz, lub też przy braku dostępu do zasobów poznawczych (na przykład z racji braku wystarczającego czasu) uruchamiana jest oparta na nich prosta autowaloryzacja. Jednakże w sytuacjach o większym znaczeniu (na przykład przy podejmowaniu decyzji pociągających za sobą długotrwałe konsekwencje) wzbudzane są procesy poznawcze, które są podstawą autoweryfikacji, autodiagnozowania i samodoskonalenia. Występowanie określonych motywów zależy zatem od dominacji którejś z dróg reagowania.

Kolejna kategoria czynników wiąże się z kontekstem społecznym. Obejmuje ona typ relacji interpersonalnej (na przykład „chodzenie ze sobą” częściej wiąże się z zachowaniami opartymi na autowaloryzacji, natomiast w związku małżeńskim częściej górę biorą zachowania autoweryfikacyjne), znaczenie nadawane przez społeczeństwo określonym cechom czy zdolnościom (motyw samodoskonalenia oparty na ja idealnym lub powinnościowym), sytuacje decyzyjne o dużym znaczeniu (które wzbudzają dążenie do autodiagnozy). Powyższe zmienne

współdziałają ze sobą – to znaczy wzbudzenie określonego motywu jest funkcją każdej z nich.

W artykule z 2002 roku, autorzy (Swann i inni) omawiając sposoby radzenia sobie z konfliktem motywów wymieniają zasadę idiosynkryczności. Zauważają, że sytuacja, w której motywy są ze sobą skonfliktowane często jest tylko teoretyczna, ponieważ ludzie „tworzą swoje światy” w ten sposób, aby realizować jednocześnie dążenia oparte na motywach autowaloryzacji i autoweryfikacji. Motywy autodiagnozowania jak i autodoskonalenia są komplementarne odpowiednio wobec autoweryfikacji i autowaloryzacji – nie wchodzi zatem z nimi w konflikt.

Podsumowując, model Swanna dokonuje wyraźnego rozróżnienia pomiędzy dążeniami opartymi na procesach emocjonalnych oraz motywami bazującymi na strukturach poznawczych. Różnice pomiędzy motywami wynikają nie tylko z odmienności celów do których dążą, ale są również głęboko zakotwiczone w odmiennych procesach neurologicznych. Wydaje się w związku z tym, że motywy aczkolwiek współpracują ze sobą, z tych właśnie względów pozostają wobec siebie stosunkowo autonomiczne. Dlatego też Swann jest przeciwny dążeniom niektórych badaczy do widzenia w różnych motywach przejawów jednego podstawowego.

Na koniec należy zwrócić uwagę na potrzebę dalszych prac mających na celu doprecyzowanie teorii procesów autoewaluacji. Interesujące wydaje się zbadanie na ile różnice indywidualne związane na przykład z płcią, temperamentem czy też cechami osobowości wiążą się z odmiennym działaniem poszczególnych motywów. Ostatnio przeprowadzone badania (Jankowski 2006) pokazują, że motywy związane z zainteresowaniem informacją na swój temat są uwarunkowane między innymi dyspozycją do bycia uważnym (*mindfulness*; zob. także Brown, Ryan 2003). Poziom zainteresowania informacjami zwrotnymi u osób uważnych w dużym stopniu wyjaśniony jest przekonaniem o możliwości modyfikacji koncepcji siebie oraz znaczeniem jakie dana

osoba jej nadaje (związki pozytywne). Powyższe zależności, a zwłaszcza ta, która dotyczy przekonania o możliwości zmian w obrębie samowiedzy, sugerują istotny udział motywu samodoskonalenia we wzbudzeniu zainteresowania wiedzą o sobie. U osób o niskiej dyspozycji do bycia uważnym istotnym predyktorem poszukiwania informacji o sobie okazał się jedynie poziom emocjonalnego zaangażowania w jej treść – znaczenie jakie ma dla osoby to, co o sobie myśli (co nie pozwala na ustalenie wpływu żadnego z czterech omówionych motywów).

Badania mogą również zmierzać w kierunku zbudowania teorii uwzględniającej takie zagadnienia jak procesy dualne w konstruowaniu koncepcji siebie. Nie jest bowiem jasne, na ile dążenia oparte o struktury poznawcze (autoweryfikacja, autodiagnozowanie, samodoskonalenie) mają charakter automatyczny, a na ile są intencjonalne. Duża ilość badań poświęconych automatyzmom sugerowała by raczej tą pierwszą ewentualność (por. Bargh, Chartrand 1999). Podobnie uważa Carver analizując procesy samoregulacji (w których jego zdaniem samoświadomość pełni ważną rolę; Carver, Scheier 1998). Intrygujące wydaje się więc pytanie na ile ludzie mają możliwość zdystansowania się do motywów, do własnej koncepcji siebie i intencjonalnego kształtowania myślenia o sobie, a na ile stanowi ona dla nich „klatkę”, która w najlepszym wypadku może być złota, ale bez względu na kruszec, z którego jest zbudowana – ogranicza. Pewne inspirujące próby zmierzenia się z tym problemem są już prowadzone, głównie w ramach teorii autodeterminacji (*Self-determination Theory*; zob. Ryan, Brown 2003). Ich omówienie wymaga jednakże osobnego opracowania.

## Bibliografia

- Alloy L. B., Abramson, L. Y. (1988). Depressive realism: Four theoretical perspectives. W: L.B Alloy (red.), *Cognitive processes in depression* (s. 223–265). New York: Guilford Press.
- Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M. (1997). *Psychologia społeczna*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Bargh J.A., Chartrand T. L. (1999). The unbearable automaticity of being, *American Psychologist*, 54, 462-479.
- Baumeister R. F, Cairns K. J. (1992). Repression and self-presentation: When audiences interfere with self-deceptive strategies, *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 851-862.
- Bennenbroek F. T. C. (2003). Social comparison and coping with radiation therapy: the significance of different dimensions of comparison, <http://irs.ub.rug.nl/ppn/243381352>.
- Blaine B., Crocker J. (1993). Self-esteem and self-serving biases in reactions to positive and negative events: An integrative review. W: R. F. Baumeister (red.), *Self-esteem: The puzzle of low self-regard* (s. 55-85). New York: Plenum Press.
- Brown J. D. (1993). Motivational conflict and the self: The double-bind of low self-esteem. W: R. F. Baumeister (red.), *Self-esteem: The puzzle of low self-regard* (s. 117-130). New York: Plenum Press.
- Brown J. D., Dutton K. A. (1995). Truth and consequences: The costs and benefits of accurate self-knowledge, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1288-1296.
- Brown K.W., Ryan R.M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.
- Campbell J. D., Trapnell P. D., Heine S. J., Katz I. M., Lavalley L. F., & Lehman D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141-156.

- Carver C. S., Scheier M. F. (1998). *On the Self-Regulation of Behavior*. New York: Cambridge University Press.
- Collins R. L. (1996). For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations, *Psychological Bulletin*, 119, 51-69.
- Colvin C. R., Block J, Funder D. C. (1995). Overly positive self-evaluations and personality: Negative Implications for Mental Health, *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1152-1162.
- Colvin C. R., Block J. (1994). Do positive illusions foster mental health? An examination of the Taylor and Brown formulations, *Psychological Bulletin*, 116, 3-20.
- Crary W. G. (1966). Reactions to incongruent self-experiences, *Journal of Consulting Psychology*, 30, 246-252.
- Dauenheimer D. G., Stahlberg D., Spreeman S., Sedikides C. (2002). Self-enhancement, self-assessment, or self-verification?: The intricate role of trait modifiability in the self-evaluation process, *Revue Internationale De Psychologie Sociale*, 15, 89-112.
- De La Ronde C., Swann W. B. Jr. (1993). Caught in the crossfire: Positivity and selfverification strivings among people with low self-esteem. W: R. Baumeister (red.), *Self esteem: The puzzle of low self-regard*. New York: Plenum.
- De La Ronde C., Swann W. B. Jr. (1998). Partner verification: Restoring shattered images of our intimates, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 374-382.
- Doliński D., Szmajke A. (1994). *Samotrudnianie*. Olsztyn: Polskie Towarzystwo Psychologiczne.
- Dunning D. (1995). Trait importance and modifiability as factors influencing self-assessment and self-enhancement motives, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1297-1306.
- Feingold A. (1992). Good-looking people are not what we think, *Psychological Bulletin*, 111, 304-341.
- Festinger L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

- Goffman Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday: Garden City, New York.
- Gosling S. D., Ko S. J., Mannarelli T., Morris M. E. (2002). A Room with a Cue: Judgments of Personality Based on Offices and Bedrooms, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 379-398.
- Harmon-Jones E. (2004). Nowe ujęcie teorii dysonansu poznawczego w świetle teorii na temat Ja. W: Tesser A., Felson R., Suls J. (red.), *Ja i tożsamość* (90-113). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Heine S. J., Kitayama S., Lehman D. R., Takata T., Ide E., Lueng C., Matsumoto H. (2001). Divergent Consequences of Success and Failure in Japan and North America: An Investigation of Self-Improving Motivations and Malleable Selves, *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 599-615.
- Jankowski T. (2006). Struktura koncepcji siebie oraz procesy przetwarzania informacji o sobie u osób o różnym stopniu uważności. Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II. Nieopublikowana rozprawa doktorska.
- Kruger J., Dunning D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessment, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1121-1134.
- Kuiper N. A., Derry P. A. (1982). Depressed and nondepressed content self-reference in mild depression, *Journal of Personality*, 50, 67-79.
- Kuiper N. A., MacDonald M. R. (1982). Self and other perception in mild depressives, *Social Cognition*, 1, 233-239.
- Lecky P. (1945). *Self-consistency: A theory of personality*. New York: Island Press.
- LeDoux J. (2000). *Mózg emocjonalny*. Poznań: Media Rodzina.
- Lewinsohn P. M., Mischel W., Chaplin W., Barton R. (1980). Social competence and depression: The role of illusory self-perceptions, *Journal of Abnormal Psychology*, 89, 203-212.

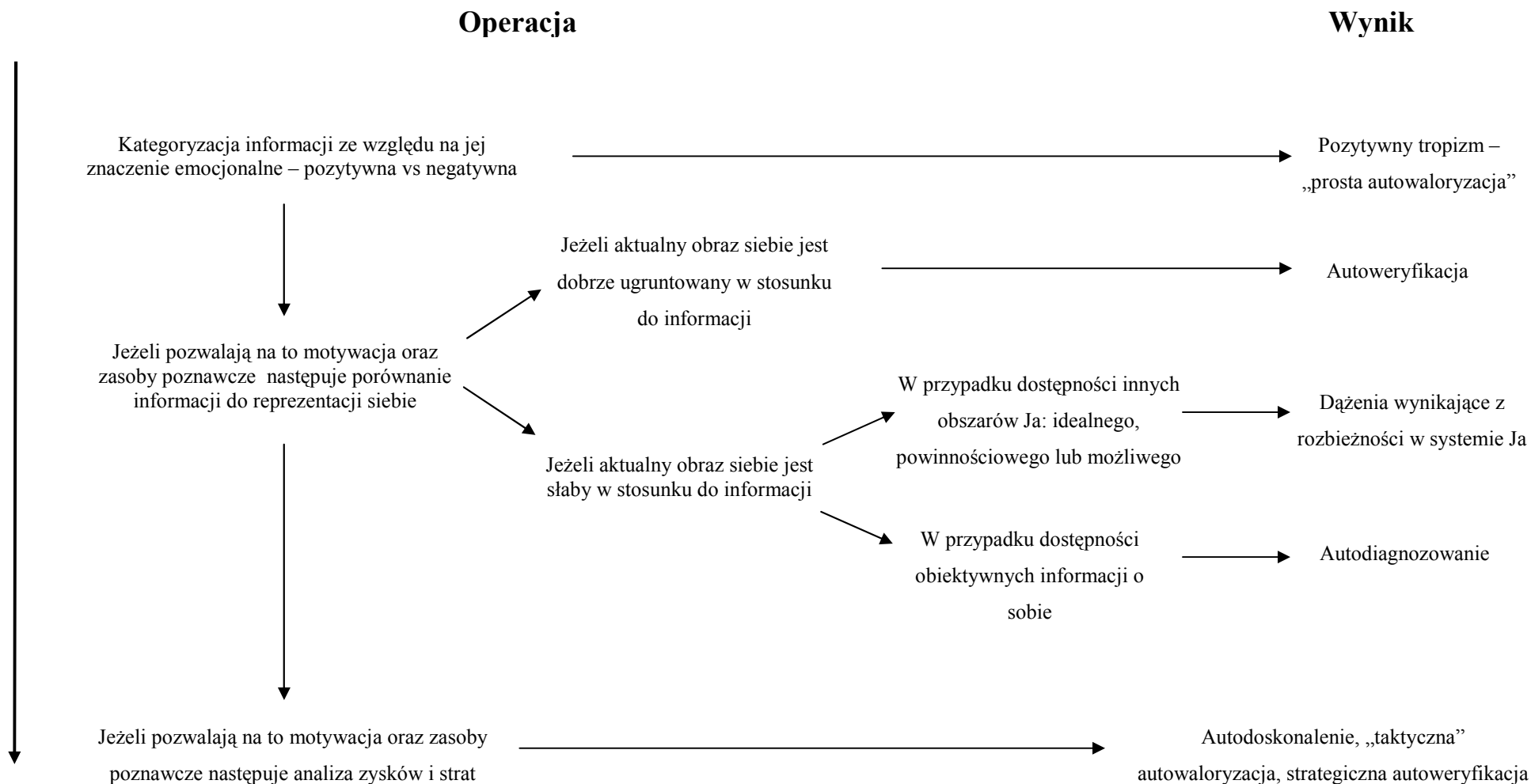
- Markus H., Nurius P. (1986). Possible selves, *American Psychologist*, 41, 954-969.
- Oleś P. K. (2000). *Psychologia przełomu połowy życia*. Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL.
- Oleś P. K. (2003). *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: Scholar.
- Ross M. (1989). Relation of implicit theories to the construction of personal histories, *Psychological Review*, 96, 341-357.
- Ryan R. M., Brown K. W. (2003). Why we don't need self-esteem: Basic needs, mindfulness, and the authentic self, *Psychological Inquiry*, 14, 71-76.
- Sedikides C. (1993). Assessment, enhancement, and verification determinants of the self-evaluation process, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 317-338.
- Sedikides C., Campbell W. K., Reeder G., Elliot A. J. (1998). The self-serving bias in relational context, *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 378-386.
- Sedikides C., Skowronski J. A. (1997). The symbolic self in evolutionary context, *Personality and Social Psychology Review*, 1, 80-102.
- Sedikides C., Skowronski J. J. (2004). O ewolucyjnych funkcjach Ja symbolicznego: motyw samowartościowania. W: Tesser A., Felson R., Suls J. (red.), *Ja i tożsamość* (90-113). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Sedikides C., Strube M. (1995). The multiply motivated self, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1330-1335.
- Sedikides C., Strube M. J. (1997). Self-evaluation: To thine own self be good, to thine own self be sure, to thine own self be true, and to thine own self be better. W: M. P. Zanna (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 29, 209-269. New York, NY: Academic Press.
- Silverman I. (1964). Self-esteem and differential responsiveness to success and failure, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69, 115-119.



- Staats S., Skowronski J. J. (1992). Perceptions of self-effect: now and in the future, *Social Cognition*, 10, 415-431.
- Strube M. J., Lott C. L., Le-Xuan-Hy G.M., Oxenberg J., Deichmann A. K. (1986). Self-evaluation of abilities: Accurate self-assessment versus biased self-enhancement, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 16-25.
- Swann W. B. Jr. (1983). Self-verification: Bringing social reality into harmony with the self. W: J. Suls, A. G. Greenwald (red.), *Social psychological perspectives on the self* (Vol. 2, pp. 33-66). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Swann W. B. Jr. (1987). Identity negotiation: Where two roads meet, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 1038-1051.
- Swann W. B. Jr., Griffin J.J., Predmore S., Gaines B. (1987). The cognitive-affective crossfire: When self-consistency confronts self-enhancement, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 881-889.
- Swann W. B. Jr., Hixon G., Stein-Seroussi A., Gilbert D. T. (1990). The fleeting gleam of praise: Behavioral reactions to self-relevant feedback, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 17-26.
- Swann W. B. Jr., Milton L. P., Polzer J.T. (2000). Should we create a niche or fall in line? Identity negotiation and small group effectiveness, *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 238-250.
- Swann W. B. Jr., Pelham B. W., Krull D. S. (1989). Agreeable fancy or disagreeable truth? How people reconcile their self-enhancement and self-verification needs, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 782-791.
- Swann W. B. Jr., Pelham B. W., Krull D. S. (1989). Agreeable fancy or disagreeable truth? How people reconcile their self-enhancement and self-verification needs, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 782-791.

- Swann W. B. Jr., Read S. J. (1981). Self-verification processes: How we sustain our self-conceptions, *Journal of Experimental Social Psychology*, 17, 351-372.
- Swann W. B. Jr., Schroeder D. G. (1995). The search for beauty and truth: A framework for understanding reactions to evaluations, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1307-1318.
- Swann W. B. Jr., Stein-Seroussi A., Giesler B. (1992). Why people self-verify, *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 392-401.
- Swann W. B. Jr., Wenzlaff R. M., Krull D. S., Pelham B. W. (1992). The allure of negative feedback: Self-verification strivings among depressed persons, *Journal of Abnormal Psychology*, 101, 293-306.
- Swann W.B. Jr., Rentfrow P. J., Guinn J. (2002). Self-verification: The search for coherence. W: M. Leary and J. Tagney, *Handbook of self and identity*. Guilford, New York.
- Szmajke A., (1996). Samoutrudnianie jako sposób autoprezentacji: Czy rzucanie kłód pod własne nogi jest skuteczną metodą wywierania korzystnego wrażenia na innych? Warszawa: Wyd. Inst. Psych. PAN.
- Taylor S. E., Brown J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health, *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.
- Taylor S. E., Brown, J. D. (1994). Positive illusions and well-being revisited: Separating fact from fiction, *Psychological Bulletin*, 116, 21-27.
- Taylor S. E., Neter E., Wayment H. A. (1995). Self-evaluation processes, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1278-1287.
- Tesser A. (2000). On the confluence of self-esteem maintenance mechanisms, *Personality and Social Psychology Review*, 4, 290-299.
- Tesser A., Suls J.M., Felson R.B. JA I TOŻSAMOŚĆ
- Trapnell P.D., Campbell J.D. (1999). Private self-consciousness and the Five-Factor Model of personality: Distinguishing rumination from reflection, *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 284-304.

- Trope Y. (1979). Uncertainty-reducing properties of achievement tasks, *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1505-1518.
- Trope Y., Ben-Yair E. (1982). Task construction and persistence as means for self-assessment of abilities, *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 637-645.
- Wilson, T. D., & Dunn, E. (2004). Self-knowledge: Its limits, value, and potential for improvement, *Annual Review of Psychology*, 55, 493-518.
- Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. (2000). A model of dual attitudes, *Psychological Review*, 107, 101-126.
- Wojciszke B. (2002). *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Scholar.



Rys. 1. Procesy zaangażowane w przetwarzanie informacji o sobie (za Swann, Schroeder 1995).