

Jacek Załuski

## CZY PORADNIKI DOBRZE RADZĄ? KRYTYCZNA ANALIZA PORADNIKÓW SUKCESU W KONTEKŚCIE PSYCHOLOGII POZYTYWNEJ

Poradniki sukcesu są zaliczane do literatury samopomocowej. Zważając na ich ogólną dostępność wydaje się na miejscu weryfikacja, przynajmniej części zawartych w nich zaleceń mających zapewnić, wg ich autorów, szczęście i powodzenie w wielu obszarach naszego życia. Czy poradniki faktycznie dobrze „radzą” ich czytelnikom? Czy, w świetle wyników badań naukowych, interwencje oraz wskazówki rekomendowane w poradnikach mogą pomóc ludziom?

### MODEL SUKCESU OPISANY W PORADNIKACH

Naszą analizę rozpoczniemy od zawartości poradników. Ich autorzy najczęściej koncentrują się na psychologicznych czynnikach wyznaczających sukces. Oto przykład „10 przykazań” dla przedsiębiorców, które stworzyli Lyle Maul i Dianie Mayfield (Witkowski, 1994):

#### 1. **Wiara we własne siły. (PW, PM)<sup>1</sup>**

- miej odwagę marzyć,
- przekonaj samego siebie, że twój pomysł sprawdzi się na rynku,
- uwierz w siebie i myśl za siebie,
- realizuj idee, w które wierzysz i które lubisz,
- okazuj pewność siebie.

#### 2. Prostota, szeroka perspektywa.

- przed oczami miej zawsze szeroką perspektywę,
- nie komplikuj spraw.

#### 3. Pomysłowość i kreatywność.

- wykazuj pomysłowość na wszystkich etapach podróży ku sukcesowi,
- szukaj luki na rynku i znajdź sposób na jej twórcze wypełnienie,

---

<sup>1</sup> Wyłuszczenia w tekście dokonane przez autora wraz ze skrótami podanymi w nawiasach wskazują na powiązanie wybranych zaleceń autorów poradników sukcesu z czynnikami psychologicznymi, które są przedstawione w dalszej części tekstu. Rozwinięcie skrótów: RN – radzenie sobie z niepowodzeniami, PE – pozytywność emocjonalna, PM – pozytywne myślenie, O – optymizm, PW – poczucie wartości, R – relacje, T – transcendencja.

- nie myśl w sposób tradycyjny.

#### 4. Plastyczne planowanie.

- planuj swą podróż i dokonuj w planie poprawek po każdej większej zmianie na trasie,
- wypisz wszystkie swoje cele i idee,
- oczekuj nieoczekiwanego,
- zawsze miej plan awaryjny.

#### 5. **Optymizm. (O)**

- szukaj pozytywów we wszystkich niekorzystnych sytuacjach,
- gdy zawiedzie jedno podejście, wypróbuj następne.

#### 6. Realizm.

- utrzymuj realistyczną perspektywę,
- wyznaczaj realne cele i terminy.

#### 7. Sztuka przekonywania.

- przekazuj swoje idee jasno, z wiarą i entuzjazmem,
- uświadom sobie ostateczny cel negocjacji i przygotuj się do podłożenia temu celowi.

#### 8. Podejmowanie ryzyka.

- zaakceptuj fakt, że każdy rozpoczynany interes zawiera element ryzyka, ale naucz się kontrolować ryzyko przez zrozumienie jego natury i ograniczenie jego stopnia.

#### 9. **Wytrwałość. (RN, O)**

- swą uwagę skoncentruj na biznesie,
- nigdy nie poddawaj się,
- próbuj dotąd, aż znajdziesz właściwe rozwiązanie problemu.

#### 10. Nacisk na działanie.

- działaj aktywnie,
- śmiało podejmuj decyzje.

Idee zawarte w poradnikach są dostępne w uproszczonej i skróconej formie w prasie. Półki księgarskie wprost uginają się pod ciężarem poradników dotyczących dróg osiągnięcia sukcesu i kariery. Są to głównie tłumaczenia literatury amerykańskiej bądź angielskiej, choć pojawia się coraz więcej pozycji napisanych przez polskich autorów. Niemal wszystkie te książki obiecują czytelnikom radykalne

zmiany na lepsze, które mają nastąpić w życiu pod wpływem przeczytania wybranej pozycji. Ogromna liczba publikowanych poradników wydaje się świadczyć, że mają one niezwykle szeroki krąg odbiorców. Według wywiadów przeprowadzonych przez polską badaczkę (Grzeszczyk, 2003), ludzie sukcesu nie czytają tego typu poradników. Robią to natomiast następujące grupy odbiorców:

- ludzie aspirujący do kariery – od bezrobotnych, do ludzi chcących zarabiać więcej i skuteczniej niż dotychczas,
- zaangażowani w dystrybucję bezpośrednią,
- osoby zainteresowane rozwojem wewnętrznym.

Dostępne w polskich księgarniach poradniki dotyczące sukcesu mają pewne cechy wspólne, są nimi: jasność i przejrzystość wyводу, pragmatyzm, ukierunkowanie działań na jasno określony cel oraz specyficzna ideologia.

Wiele z poradników prezentuje metody, za pomocą, których czytelnik może zdać sobie sprawę z tego, co jest dla niego najważniejsze w życiu. Często jest to test.

Gdy zasadniczy, dalekosiężny cel, zwany również posłannictwem życiowym, jest już jasno określony i, często, wyobrażony poprzez wizualizację, należy podzielić go na „podcele”: konkretne plany życiowe, które można osiągnąć po upływie kilku lat. Te z kolei mogą być podzielone na cele cząstkowe, realizowane w najbliższej przyszłości. W ten sposób całe życie może zostać racjonalnie zaplanowane, gdyż osiągnięciu danych celów przypisane powinny być konkretne terminy. Poradniki zwykle doradzają, aby realizację celów rozpisać na konkretne dni i pory dnia, przy zachowaniu hierarchii ważności zadań do wykonania. Dlatego też nieodłącznym atrybutem człowieka sukcesu powinien być okazałej wielkości kalendarz, zwany obecnie z angielska „organizere”.

Najważniejsze jest samo zapisanie wyznaczonego, nawet cząstkowego celu, dzięki czemu ulega on niejako materializacji. Co więcej, osoba, która zapisze sobie na kartce papieru swoje życiowe posłannictwo, działa z nieprzeciętną determinacją, szybkością i skutecznością.

Pragmatyzm poradników przejawia się m.in. w tym, że przepis na sukces podają one w punktach. Każdy problem zostaje rozbity na części składowe, z którymi radzić sobie można w konkretny, jasno określony sposób. Tak zyskuje się prostą,

praktyczną receptę skutecznego działania. Nie ma tu miejsca na roztrząsanie możliwych wątpliwości czy skomplikowane, filozoficzno – moralne dywagacje, które są bezproduktywne i niepotrzebnie opóźniają działanie.

Poradniki pisane są prostym, obrazowym językiem. Najważniejsze punkty są wyodrębnione w druku poprzez użycie większej czcionki, podkreślenia, wytłuszczenia, ramki. Często pojawiają się wypunktowane listy, diagramy. Całość jest zwykle ilustrowana zabawnymi rysunkami. Wiele poradników zawiera puste strony przeznaczone na notatki czytelnika, jego osobiste komentarze na temat przeczytanych fragmentów, odpowiedzi na postawione w tekście pytania. Często zamieszczane są proste ćwiczenia, których wykonanie zaleca się w jak najbliższym czasie. Odrobienie tej „pracy domowej” warunkuje w dużym stopniu korzyści, jakie osiągnąć można dzięki aktywnemu zapoznaniu się z tekstem.

Piszący poradniki zwykle radzą zacząć od wypisania swoich mocnych i słabych stron, uwierzenia we własne możliwości. Podają konkretne przykłady ludzi, którym mimo początkowych przeciwności losu, udało się osiągnąć sukces, dzięki determinacji i ciężkiej pracy. Często są to przykłady postaci sławnych, historycznych, bądź też znanych współczesnych. Zwykle jednym z nich jest sam autor. Przykłady wskazują: „jeśli innym się udało, jeśli mnie się udało, dlaczego nie miałoby powieść się również tobie”.

Wiele niezwykle popularnych na polskim rynku poradników, lansuje ideologię związaną z początkami wielkiego kapitalizmu. Zalecają one np. ludziom, którzy chcą odnieść sukces, aby starali się przestawać z osobami, do których pozycji aspirują. Kontakt z nieudacznikami, ludźmi wiecznie niezadowolonymi, narzekającymi, wpływa deprymująco i wysysa pozytywną energię. Zasadą działania człowieka sukcesu powinna być wiara w siebie i pozytywne myślenie. Pogłębianie świadomości na temat samego siebie i tego, co chce się w życiu osiągnąć, jest o tyle ważne, że pomaga w skutecznym działaniu i ułatwia kontakty z innymi. Przestrzeganie zasad efektywnej komunikacji międzyludzkiej jest niezwykle istotne dla człowieka sukcesu czy przyszłego lidera, dlatego też poradniki zawierają wiele wskazówek na ten temat; podkreślane jest zwłaszcza znaczenie komunikacji niewerbalnej, niezwykle modna stała się asertywność.

Poniżej znajdują się rady propagowane przez wybranych autorów poradników sukcesu.

**Tabela 1.** Zasady głoszone przez wybranych autorów poradników sukcesu.

Autor	Zasady sukcesu
<b>Stephen R. Covey</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bądź proaktywny.</li> <li>2. Zaczynaj z wizją końca.</li> <li>3. Rób najpierw to, co najważniejsze.</li> <li>4. <b>Myśl w kategoriach wygrana – wygrana. (PM)</b></li> <li>5. Staraj się najpierw zrozumieć, potem być zrozumianym.</li> <li>6. <b>Współpracuj twórczo – synergicznie. (R)</b></li> <li>7. Naostrz piłę – odnow wszystkie wymiary swojej natury.</li> </ol>
<b>Jon R. Noe</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nie rób małych planów.</li> <li>2. Bądź gotowy zrobić to, czego się boisz.</li> <li>3. Poświęć czas na przygotowanie.</li> <li>4. <b>Bądź gotowy zaryzykować porażkę. (RN)</b></li> <li>5. Bądź pojętny.</li> <li>6. <b>Miej serce. (PE)</b></li> </ol>
<b>Norman Vincent Peale</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Uwierz w siebie. (PW)</b></li> <li>2. <b>Zachowaj spokojny umysł. (T)</b></li> <li>3. <b>Czerp energię z modlitwy. (T)</b></li> <li>4. <b>Twórz własne szczęście. (PE)</b></li> <li>5. <b>Nie irytuj się. (PE)</b></li> <li>6. <b>Spodziewaj się najlepszego, a przyjdzie. (PM, O)</b></li> <li>7. <b>Nie wierz w porażki. (PM, RN)</b></li> <li>8. Planuj przyszłość.</li> <li>9. <b>Myśl pozytywnie. (PM)</b></li> <li>10. <b>Regularnie się odprężaj. (PE)</b></li> </ol>
<b>Brian Tracy</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Pozwól sobie na wielkie marzenia. (PM)</b></li> <li>2. Obierz właściwy kierunek.</li> <li>3. Zostań swoim szefem.</li> <li>4. <b>Rób to, co lubisz robić. (PE)</b></li> <li>5. Bądź kompetentny.</li> <li>6. Pracuj dłużej i ciężiej.</li> <li>7. Ucz się przez całe życie.</li> <li>8. Płać najpierw sobie.</li> <li>9. Poznaj sekrety swego biznesu.</li> <li>10. <b>Staraj się służyć innym. (R)</b></li> <li>11. <b>Postępuj uczciwie wobec siebie i innych. (R)</b></li> <li>12. Ustal priorytety i skoncentruj się na ich realizacji.</li> </ol>

Autor	Zasady sukcesu
Zig Zigar	<p>13. Bądź szybki i niezawodny.</p> <p><b>14. Wspinaj się na kolejne szczyty. (PW)</b></p> <p>15. Ćwicz samodyscyplinę.</p> <p>16. Czerp z wrodzonej kreatywności.</p> <p>17. Zadbaj o własne zdrowie.</p> <p>18. Bądź zdecydowany i ukierunkowany na działanie.</p> <p><b>19. Nie dopuszczaj myśli o porażce. (PM, RN)</b></p> <p>20. Poddaj testowi swój upór.</p> <p>1. Pogódź się z przeszłością, skoncentruj na teraźniejszości i bądź optymistyczny wobec przyszłości.</p> <p><b>2. Ciesz się miłością przyjaciół i szacunkiem wrogów. (R)</b></p> <p><b>3. Żyj bez gniewu, chciwości, poczucia winy, zawiści i żądzy odwetu. (PE)</b></p> <p>4. Bądź cierpliwy i trwaj przy zasadach moralnych.</p> <p>5. Odłóż kwestie zapłaty za swe czyny i bądź odpowiedzialny.</p> <p><b>6. Kochaj niekochanych, podsuwaj nadzieję zdesperowanym, przyjaźń się z samotnymi i zachęcaj zniechęconych. (R)</b></p> <p><b>7. Nie załamuj się przegraną i nie zmieniaj pod wpływem zwycięstwa. (RN)</b></p> <p>8. Patrz wstecz z przebaczeniem, naprzód z nadzieją, w dół ze współczuciem, w górę z wdzięcznością.</p> <p><b>9. Żyj w stanie pokoju z Bogiem i przyjaźni z człowiekiem. (T)</b></p> <p>10. „Wczoraj” skończyło się dla siebie, „dzisiaj” należy do ciebie.</p> <p>11. Akceptuj wskazówkę, że „największy z was niech będzie waszym sługą”.</p> <p><b>12. Wiedz, że długofalowe zyski z dawania i przebaczenia znacznie przekraczają krótkoterminowe zyski z brania. (R)</b></p> <p><b>13. Rozpoznawaj, rozwijaj i używaj dane ci przez Boga możliwości fizyczne, umysłowe i duchowe. (T)</b></p> <p><b>14. Służ i wierz w Boga. (T)</b></p>
Iwona Majewska-Opiełka	<p><b>1. Poznaj siebie. (PW)</b></p> <p><b>2. Realizuj własne pragnienia. (PE)</b></p> <p>3. Działaj.</p> <p>4. Wybieraj uczciwą, bezpieczną i pewną metodę.</p> <p><b>5. Licz się z innymi ludźmi i właściwie komunikuj. (R)</b></p> <p><b>6. Myśl pozytywnie i miej optymistyczną postawę życiową. (PM, O)</b></p>

Według: Covey (2001), Noe (1997), Peale (1995), Tracy (2002), Ziglar (1995), Majewska-Opiełka (2000).

Idealnym czytelnikiem poradników dotyczących sukcesu i kariery byłby człowiek świadomy swych dążeń, aktywnie zmieniający swoje życie, ukierunkowany na dalekosiężny cel, potrafiący rozplanować swe działania w czasie, asertywny, posiadający wiarę w siebie, efektywny. Opis ten do złudzenia przypomina amerykańskiego „self-made man`a, pragmatyka i indywidualistę, który zaczynając niemal od zera potrafił osiągnąć życiowy sukces, zwykle związany z uzyskaniem odpowiedniego statusu materialnego. Natomiast w rzeczywistości poradniki propagują ideał „osobowości merkantylnej”, człowieka umiejącego kontrolować własne myśli i sterować zachowaniem innych sprytnego kreatora wrażeń (Grzeszczyk, 2003).

## KRYTYKA PORADNIKÓW SUKCESU

Amerykański sposób życia i amerykańska filozofia, wywierają ogromny wpływ na zachodnie społeczeństwa konsumpcyjne, dlatego też idee sukcesu trafiają tam na podatny grunt. Obowiązuje ideologia, że wszystko jest możliwe i że każdy może osiągnąć stan zbliżony do ideału. Propagowany jest skrajny idealizm, który nieuchronnie prowadzi do skoncentrowania się wyłącznie na własnej osobie, do permanentnego zajmowania się sobą. Sferę zawodową i prywatną zdominowała silna presja wywierana przez społeczeństwo, które wręcz nakazuje osiągać sukcesy. Przyznanie się przed samym sobą do słabości uchodzi za upokarzające, chyba, że w gabinecie psychoterapeutycznym.

Wewnętrzny przymus nieustannego angażowania się w pracę zawodową często prowadzi do frustracji, a nierzadko i do załamania nerwowego. Człowiek czuje się nie na swoim miejscu, zagraża mu degradacja społeczna i bezrobocie, a konkurowanie z setkami podobnych mu kandydatów, wpędza go w ciągły stres, który w egoizmie każe dostrzegać tylko strategię przeżycia.

Gdy człowiek żyje w takim napięciu i podświadomie zdaje sobie sprawę z tego, że w ucieczce z jego realnego położenia w świat pięknych, bogatych oraz doskonałych pomóc mu może tylko cud, siłą rzeczy teorie sukcesu zyskują znaczenie. Właśnie one obiecują taki cud (Scheich, 2000).

Osoby z problemami psychicznymi, aby wyjść ze swojej rozpaczliwej sytuacji, chwytają się niemal każdej możliwości. Sięgają po lekturę książek propagujących łatwe osiągnięcie sukcesu, aby po ewentualnej fazie euforii, przeżyć kolejną frustrację i rozczarowanie, co oznacza jeszcze głębsze pograżenie się w problemach (Scheich, 2000).

Psychoterapeuta Günter Scheich (2000) podaje wiele powodów, dla których poradnikowe teorie sukcesu nie pomagają, oto najważniejsze z nich:

- *upraszczane jest funkcjonowanie psychiki*, myślom przypisywana jest nieograniczona władza, pomijane są inne czynniki jak np. wyuczone sposoby zachowania, społeczne, fizyczno – organiczne, genetyczne itp.,
- *przedstawiane są wyłącznie pozytywne rezultaty „terapii sukcesem”*, których obiektywność nigdy nie była sprawdzana,
- *podejście do problemów danego człowieka jest uniwersalne* zamiast indywidualne,
- *zmiany sposobu postrzegania, odczuwania i autentycznej reorientacji istotnych sfer życia nie da się dokonać tylko dzięki lekturze książek* (zmiany bez wysiłku),
- *kreowane cele są niedojrzałe i nieosiągalne* np. absolutne zdrowie, wieczna harmonia, życie wolne od lęków, naturalnie pomnażające się bogactwo,
- jest to metoda totalitarna, prowadzi do zahamowań i lęków, gdyż *ludzie muszą się trzymać założeń, których nie można dowieść*,
- poradniki przekonują, że *ludzie są w pełni odpowiedzialni za każde swoje niepowodzenie*,
- *nie zwraca się uwagi na różnice między płciami* (wpływ hormonów, ról społecznych na myśli i uczucia).

Poradniki traktują sukces, jako najwyższe dobro. Inne ważne życiowe cele zupełnie nie są uwzględniane, jak choćby staranie się o to, by być dobrym człowiekiem, by radzić sobie z niepowodzeniami i nieszczęściami, umieć się rozstawać, akceptować to, co od nas niezależne, uznać ograniczoność ludzkich możliwości, zbierać doświadczenie życiowe, wreszcie próbować osiągnąć emocjonalną, umysłową i społeczną dojrzałość.



Nie analizuje się pojęcia „sukcesu”. Sukces zawodowy można osiągnąć przez samą tylko autosugestię. Tego, że o sukcesie decyduje zawsze wiele czynników, nie bierze się pod uwagę. Należy również pamiętać, że sukces zawodowy podlega różnym wpływom, z których myślenie o nim i wola osiągnięcia to tylko niewielka ich część. Równie ważne jest to, czy robi się coś w odpowiednim czasie, czy sukces jest w ogóle pożądanym, czy jest ktoś, kto ten sukces może ocenić itd.

Poza tym, nawet najbardziej sumienny człowiek liczy na łut szczęścia. Podstawowa teza, że sukces to skutek działania wyłącznie własnych sił, jest zatem stwierdzeniem nieuzasadnionym, skonstruowanym po to, by silniej oddziaływać na czytelnika (Scheich, 2000).

## PRZEGLĄD BADAŃ NAUKOWYCH

Autorzy poradników prezentując w nich swoje „odkrycia” najczęściej bazują na obserwacjach, wnioskowaniu na niereprezentatywnych próbach swoich znajomych, klientów oraz po prostu własnej intuicji. Nie należy jednak negować wszystkich wskazówek mających zapewnić nam dobrostan. Potrzebne jest przeformułowanie i skonkretyzowanie celów, do których podejmowanie zalecanych zachowań miałyby prowadzić. Jest to możliwe dzięki uwzględnieniu wyników rzetelnych badań naukowych prowadzonych nad wymienianymi w poradnikach zjawiskami psychologicznymi. Poniżej zostaną przedstawione wybrane z nich.

### **Radzenie sobie z niepowodzeniami**

Wszyscy autorzy analizowanych poradników zachęcają do „emocjonalnego podnoszenia się” po porażkach. Doświadczenie życiowe nie szczędzi porażek żadnemu człowiekowi. W radzeniu sobie z trudnymi doświadczeniami, kryzysami może nam pomóc np. sprężystość psychiczna – powszechnie występujący w ludzkiej populacji psychologiczny system adaptacyjny. Pozwala ona na elastyczne przystosowanie do zmieniających się okoliczności, szczególnie tych, mogących generować koszty emocjonalne jednostki. W tworzeniu i rozbudowywaniu tego zasobu psychologicznego pomaga przeżywanie pozytywnych emocji takich jak: zadowolenie, współczucie, wdzięczność, nadzieja, radość, zainteresowanie, miłość i duma (Cohn, Brown, Fredrickson, Mikels i Conway, 2009).

Nieprzyjemne doświadczenia są zapamiętywane, jako łagodniejsze i nie zmniejszają naszej motywacji do ponownego podejmowania korzystnej w skutkach, acz nieprzyjemnej w przebiegu aktywności, jeśli sam koniec doświadczenia wiązał się z redukcją nieprzyjemności, wygaszeniem awersyjnego bodźca (Redelmeier i Kahneman, 1996). Istotne wydaje się, zatem możliwie najbardziej pozytywne zakańczanie sytuacji, na które mamy wpływ.

Przed demotywacją związaną z myśleniem o mogącej nastąpić porażce nie uchroni nas jednak nie myślenie o niej, jak to sugerują niektórzy z autorów poradników. Badania wskazują, iż tłumienie danej myśli zwiększa prawdopodobieństwo, że będzie ona powracać z większą siłą i częstotliwością (Wegner i Zanakos, 1994).

### **Pozytywne emocje**

Pracownicy przeżywający i okazujący w pracy pozytywne emocje okazali się być bardziej efektywni, lubiani przez swoich szefów, a także w dłuższej perspektywie zarabiali więcej niż ich koledzy z negatywnym bilansem emocjonalnym (Staw, Sutton i Pelled, 1994).

Pozytywny afekt wspomaga również wewnętrzną motywację, odczuwaną radość oraz skuteczność w realizacji założonego celu. Nie odbywa się to jednak kosztem mniej interesujących zadań, które powinny być wykonane (Isen i Reeve, 2005). Dodatkowo osoby przeżywające pozytywne emocje z większym prawdopodobieństwem osiągną długoterminowy sukces na różnych polach. Powodzenie w wyniku wykonania zadania powoduje zazwyczaj krótkotrwałe podniesienie poziomu szczęścia, zatem bardziej na miejscu jest oczekiwanie, że szczęście będzie sprzyjać naszemu sukcesowi niż sukces da nam szczęście (Lyubomirsky, King i Diener, 2005). Pozytywna emocjonalność sprzyja również podejmowaniu szybszych i bardziej trafnych decyzji (Isen, Rosenzweig i Young, 1991).

Pozytywne emocje nie są jednak wartością samą w sobie, która powinna być maksymalizowana. Wyniki badań sugerują, iż optymalna proporcja, pozytywnych emocji do emocji negatywnych, która będzie sprzyjała naszemu wzrostowi psychologicznemu i dobrostanowi wynosi 3:1 (Fredrickson i Losada, 2005).

Więcej nie oznacza lepiej. Pogoń za maksymalizacją korzyści np. w zakupach i byciu lepszym od innych (najlepszym w danej dziedzinie), do czego często

zachęcają poradniki, okazała się wiązać z odwrotnymi skutkami niż zamierzone. Maksymalizacja korzyści koreluje pozytywnie z depresją, perfekcjonizmem i żalem, a negatywnie ze szczęściem, optymizmem, poczuciem własnej wartości i zadowoleniem z życia (Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubomirsky, White i Lehman, 2002).

### **Pozytywne myślenie**

Poradniki sukcesu proponują afirmacje, jako niezwykłą pomoc w zwiększaniu poczucia własnej wartości oraz nabieraniu mocy osobistej. Życzeniowe myślenie nieopierające się na faktach może być nie tylko nieefektywne, ale i szkodliwe. Eksperymenty Wood i współpracowników (2009) przyniosły zaskakujące wyniki. Osoby z niską samooceną, które powtarzały afirmację „Jestem osobą, którą łatwo pokochać” lub koncentrowali się na tym, w jaki sposób zdanie to jest prawdziwe, czuli się gorzej niż osoby, które nie powtarzały afirmacji lub koncentrowały się na argumentach potwierdzających, jak i zaprzeczających afirmacji. Natomiast osoby z wysoką samooceną czuły więcej pozytywnych emocji powtarzając afirmację lub koncentrując się na jej prawdziwości niż osoby z wysoką samooceną, które tego nie robiły (Wood, Perunovic i Lee, 2009). Wygląda, więc na to, że czytelnicy poradników z niską samooceną, którzy chcą się wzmocnić, paradoksalnie tylko pogorszą swój nastrój, a zyskają na afirmacjach osoby oceniające siebie wysoko, które rzadziej sięgają po literaturę samopomocową.

Zachowania prozdrowotne są szczególnym obszarem zainteresowań badaczy. W jednym z badań (Klein, Lipkus, Scholl, McQuenn, Cerully i Harris, 2010) okazało się, że nierealistyczni optymiści, którzy wykonali uprzednio ćwiczenie autoafirmacyjne byli bardziej zmotywowani do podjęcia testu przesiewowego raka jelita grubego niż realisci oraz osoby pesymistyczne po afirmacjach (motywacja dwóch ostatnich grup spadła w porównaniu z sytuacją bez afirmacji). Nierealistyczni optymiści, którzy nie wykonywali ćwiczenia z afirmacjami byli znacznie mniej zmotywowani do poddania się badaniu niż grupa kontrolna. Natomiast w badaniach dotyczących zasobów psychologicznych osób zakażonych wirusem HIV uzyskano wyniki świadczące o korzystnym wpływie nawet nierealistycznego optymizmu na mniejszą progresję choroby oraz dłuższe życie pacjentów (Taylor, Kemeny, Reed, Bower i Gruenewald, 2000).

Jak widzimy, pozytywne myślenie i afirmowanie samego siebie może, w zależności od reprezentowanego stylu wyjaśniania oraz kontekstu sytuacyjnego, przynosić pozytywne lub negatywne skutki w sferze zachowań prozdrowotnych.

Podobnie jest w chorobie nowotworowej. Pozytywne myślenie może szkodzić lub pomagać w zależności od danej sytuacji i potrzeb pacjenta. Przytłaczająca może być np. społeczna presja pozytywnego myślenia i walczenia z rakiem. Pacjenci często potrzebują mieć możliwość wyżalenia się i szczerego porozmawiania o swojej chorobie, a będąc pod presją „pozytywności” nie mają takiej możliwości. Pod wpływem pozytywnego myślenia mogą również nabrać nierealistycznych oczekiwań co do przyszłości i efektów leczenia, co może mieć dla nich dotkliwe konsekwencje w przypadku ewentualnych powikłań (Tod, Warnock i Allmark, 2011).

Powyżej odnosimy się do konsekwencji psychologicznych i jakości życia pacjentów onkologicznych, natomiast warto wspomnieć fakt, iż pozytywne, czy też negatywne myślenie nie wpływa na długość życia z chorobą nowotworową (Beyerstein, Sampson, Stojanovic i Handel, 2007).

Są jednak okoliczności, w których nawet pozytywne iluzje potrafią okazać się korzystne. Zawodowi sportowcy wykazujący wysoki poziom pozytywnych iluzji mają również wyższe poczucie aktualnego sukcesu, większe jego oczekiwanie oraz motywację do rywalizacji w zawodach (Catina i Iso-Ahola, 2004).

## **Optymizm**

Według jednej z definicji „optymizm jest ogólnym systemem przekonań, wyrażającym się w działaniach, które wpływają na zdrowie i samopoczucie danej osoby” (Zimbardo, 1999, s. 606). Niepowodzenia oraz sukcesy wyjaśniane są korzystnie przez optymistę. Optymizm m.in. skutkuje (Seligman, 1993):

- rzadszą zapadalnością na choroby zakaźne,
- prowadzeniem zdrowszego trybu życia,
- prawdopodobnie dłuższym życiem,
- większą wytrwałością w realizacji zadań,
- lepszą adaptacją do nowych i zagrażających sytuacji.

Optymiści są również lepiej odbierani społecznie, co może zaowocować np. większymi szansami na wygraną w wyborach prezydenckich w Stanach Zjednoczonych (Zullow, Oettigen, Peterson i Seligman, 1988).

W przypadku członków organizacji, którzy doświadczali w swojej pracy „podgryzania”, osłabiania ich pozycji przez współpracowników lub przełożonych, wysoki optymizm korelował z większym prawdopodobieństwem porzucenia pracy, pogorszeniem zdrowia psychicznego oraz mniejszym poczuciem bezpieczeństwa w pracy. W opisaney sytuacji korzystniejsze dla badanych wydaje się rozwiewanie nierealistycznych oczekiwań, zamiast podsycania w nich oczekiwania pozytywnych następstw (Britton, Sliter i Jex, 2012).

Nierealistyczny optymizm może być również przyczyną niekorzystnych decyzji menedżerskich i ekonomicznych (Coelho, 2010). Decydenci powinni być, zatem świadomi mechanizmów mogących doprowadzić ich plany oraz inwestycje do ruiny. W takich sytuacjach pomocne może być bardziej krytyczne i realistyczne spojrzenie, które zapobiegnie stratom lub przynajmniej je zminimalizuje.

Jednakowoż badania nad „depresyjnym realizmem” nie przynoszą rozstrzygających rezultatów (Ackermann i DeRubeis, 1991). Należy być zatem ostrożnym w afirmowaniu pesymistycznego myślenia jako środka do urealnienia oglądu danej sytuacji.

### **Poczucie własnej wartości**

Poczucie własnej wartości (będzie używane zamiennie z pojęciem „samoocena”, która to jest jej poznawczym wyrazem) zależy głównie od oceny sukcesów i porażek w ważnych dla nas dziedzinach życia. Szereg osób dąży do jego podnoszenia, co zalecają również poradniki sukcesu. Dążenie do wysokiego poczucia własnej wartości przynosi korzyści jak i szkody.

Zacznijmy od pozytywów (Trzebińska, 2008; Baumeister, Campbell, Krueger i Vohs, 2003):

- wysoka samoocena jest sytuacyjnie silnie powiązana z odczuwaniem pozytywnego afektu,
- motywuje do pokonywania trudności i rozwiązywania problemów, zwłaszcza w dziedzinach życia szczególnie istotnych dla jednostki,
- przyczynia się do wzrostu dobrostanu poprzez rozwój optymistycznego stylu wyjaśniania i poczucia kontroli,

- współwystępuje z wykazywaniem inicjatywy i wytrwałością,
- towarzyszy jej odporność emocjonalna i poczucie satysfakcji.

Do negatywnych skutków wysokiej samooceny można zaliczyć (Ryan i Deci, 2002; Trzebińska, 2008 za: Nakamura i Csikszentmihalyi, 2002; Baumeister, 2001):

- wygaszanie wewnętrznej motywacji,
- utrudnianie doświadczenia „przepływu”,
- agresję u osób z wysoką i niestabilną samooceną,
- współwystępowanie z narcyzmem.

Destruktywne skutki dążenia do wysokiego poczucia własnej wartości nie muszą jednak wystąpić, można im zapobiec poprzez (Trzebińska, 2008):

- ocenianie siebie na podstawie cech wewnętrznych zamiast zewnętrznych atrybutów,
- zdystansowanie się lub zmianę przekonania, iż miarą ludzkiej wartością są własne osiągnięcia,
- oderwanie się od oceny osiągnięć i bezwarunkowe przypisanie sobie wysokiej wartości,
- ocenianie siebie na podstawie działań przynoszących dobro innym ludziom – zmniejszy to obawę przed zapomnieniem i wykluczeniem przez innych.

Krótkoterminowe korzyści z wysokiej samooceny są niwelowane przez długoterminowe koszty, które się z nią wiążą (Crocker i Park, 2004). Pogoń za podwyższaniem samooceny nie wydaje być uzasadniona również z tego względu, że poczucie własnej wartości ma tylko niewielki związek z zaburzeniami psychicznymi, tym samym nie jest ani warunkiem koniecznym ani wystarczającym wystąpienia depresji (Baumeister, Campbell, Krueger i Vohs, 2003).

Ostatecznym celem czytelników poradników sukcesu jest szczęście. Badania jednak wskazują, iż szczęście i poczucie własnej wartości to różne zjawiska. Szczęście wiąże się z wysokim poziomem przeżywanego pozytywnego afektu oraz orientacją na harmonijne relacje z innymi ludźmi, a wysoka samoocena z niskim nasileniem negatywnego afektu i wysoką orientacją na osiągnięcia (Trzebińska, 2008, za: Furr, 2005). Idąc za tym, wspomniana pogoń za wyższą samooceną może

doprowadzić nas niekoniecznie do tego, czego pragniemy najbardziej, czyli nie da nam szczęścia.

### **Relacje interpersonalne**

Badania Diener'a i Seligman'a (2002) prowadzone wśród studentów przyniosły ciekawe rezultaty. Otóż grupa najszczęśliwszych studentów wyraźnie różniła się od pozostałych pod względem utrzymywanych relacji międzyludzkich. Byli oni bardziej uspołecznieni oraz mieli silniejsze związki romantyczne i przyjacielskie z innymi ludźmi.

W innych badaniach wykazano, iż bycie w związku, w szczególności małżeńskim, silnie koreluje z wyższym poczuciem szczęścia i niższą zapadalnością na depresję (Myers, 2000).

### **Transcendencja**

Wiara, praktyka religijna i duchowość, bez względu na reprezentowaną tradycję religijną często goszczą na kartach poradników, jako aktywności mające wspierać nasz dobrostan. W badaniach prowadzonych nad medytacją uzyskano wyniki wskazujące na przyczynową relację między regularnym treningiem medytacyjnym, a większym poziomem pozytywnej emocjonalności. Z kolei pozytywne emocje prowadzą np. do wzrostu wsparcia społecznego i zadowolenia z życia, redukcji symptomów chorób somatycznych oraz zaburzeń depresyjnych (Fredrickson, Coffey, Pek, Cohn i Finkel, 2008). Zdaniem Seligman'a (2005) religijność przyczynia się do wzrostu poczucia szczęścia, gdyż religia nadaje sens życiu i daje nadzieję na przyszłość.

### **PODSUMOWANIE**

Poradnikowe teorie sukcesu propagują nierealne cele, obiecują osiągnięcie nieustannego szczęścia, stałej harmonii, dobrego zdrowia oraz bogactwa. Obietnica ta trafia przede wszystkim do osób napotykających na trudności natury psychologicznej, które z powodu popadania we frustrację oraz wytyczania sobie niewłaściwych celów coraz bardziej pogrążają się w swoich kłopotach.

Badania wskazują, iż 86% ludności z 43 krajów świata jest ponadprzeciętnie szczęśliwa. Wyjątkiem są jedynie bardzo ubogie społeczeństwa (Diener i Diener,

1996). Do szczęścia nie jest zatem konieczne bogactwo, tylko środki finansowe pozwalające zaspokajać podstawowe potrzeby oraz żyć na godnym poziomie. Dodatkowo, metaanaliza wykonana przez Diener'a i współpracowników (1985) wskazuje na to, iż najbogatsi ludzie wymieniani na liście Forbes 100 są tylko trochę szczęśliwsi od przeciętnego obywatela USA. Idąc za tym, cele afirmowane przez większość autorów poradników sukcesu, czyli osiągnięcie wysokiej pozycji społecznej, władzy i bogactwa nie przyniosą oczekiwanych skutków tj. długoterminowego wysokiego poczucia szczęścia.

Zalecenia autorów poradników nie muszą być jednak wyłącznie szkodliwe. Czynniki przyczyniające się i korelujące z sukcesem, szczęściem mają bardziej skomplikowaną naturę niż można by wywnioskować po lekturze poradników. Tym samym, zasady proponowane przez ich autorów powinny być przyjmowane z dystansem, po uwzględnieniu złożonego kontekstu sytuacyjnego i osobowościowego. Trudno zatem zgodzić się z Scheich'em, że „jedynymi, którym poradnikowe teorie sukcesu przynoszą korzyść, są ich propagatorzy, którzy zbijają fortuny na książkach i szkoleniach” (2000, s. 21). Osobom doświadczającym problemów psychologicznych może pomóc lektura literatury opierającej się na wynikach rzetelnych badań naukowych. Natomiast najbardziej racjonalnym i skutecznym wyjściem z opisanej sytuacji nadal jest psychoterapia oparta na dowodach.



## LITERATURA CYTOWANA

1. Ackermann, R. i DeRubeis, R. J. (1991). Is depressive realism real? *Clinical Psychology Review*, 11, 565-584.
2. Baumeister, R. F. (2001). Violent pride: Do people turn violent because of self hate, or self-love? *Scientific American*, 284(4), 96–101.
3. Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., i Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 1–44.
4. Beyerstein, B. L., Sampson, W. I., Stojanovic, Z., i Handel, J. (2007). Can mind conquer cancer? In S. Della Sala (Ed.). *Tall tales about the mind and brain: Separating fact from fiction* (pp. 440–460). Oxford: Oxford University Press.
5. Britton, A. R., Sliter M. T. i Jex S. M. (2012). Is the glass really half-full? The reverse-buffering effect of optimism on undermining behavior. *Personality and Individual Differences*, 52, 712-717.
6. Catina, P. i Iso-Ahola, S. E. (2004). Positive Illusion and Athletic Success. *International Sports Journal*, 8, 80-93.
7. Coelho, M. P. (2010). Unrealistic Optimism: Still a Neglected Trait. *Journal of Business & Psychology*, 25, 397-408.
8. Cohn, M. A., Brown, S. L., Fredrickson, B. L., Mikels, J. A. i Conway, A. M. (2009). Happiness Unpacked: Positive Emotions Increase Life Satisfaction by Building Resilience. *Emotion*, 9, 361-368.
9. Covey, S. R. (2001). *7 nawyków skutecznego działania*. Warszawa: Diogenes.
10. Crocker, J. i Park, L. E. (2004). The Costly Pursuit of Self-Esteem. *Psychological Bulletin*, 130, 392-414.
11. Diener, E. i Diener, C. (1996). Most People are Happy. *Psychological Science*, 7, 181-185.
12. Diener, E., Horwitz, J. i Emmons, R. (1985). Happiness of The Very Wealthy. *Social Indicators Research*, 16, 263-274.
13. Diener, E. i Seligman, M. E. P. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, 13, 81-84.
14. Fredrickson, B. L., Coffey, K. A., Pek, J., Cohn, M. A. i Finkel S. M. (2008). Open Hearts Build Lives: Positive Emotions, Induced Through Loving-

- Kindness Meditation, Build Consequential Personal Resources. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 1045-1062.
15. Fredrickson, B. L. i Losada, M. F. (2005). Positive Affect and the Complex Dynamics of Human Flourishing. *American Psychologist*, 60, 678-686.
  16. Furr, R. M. (2005). Differentiating Happiness and Self-Esteem. *Individual Differences Research*, 2, 105-127.
  17. Grzeszczyk, E. (2003). *Sukces. Amerykańskie wzory – polskie realia*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
  18. Isen, A. M. i Reeve J. (2005). The Influence of Positive Affect on Intrinsic and Extrinsic Motivation: Facilitating Enjoyment of Play, Responsible Work Behavior, and Self-Control. *Motivation and Emotion*, 29, 297-325.
  19. Isen, A. M., Rosenzweig, A. S. i Young, M. J. (1991). The influence of positive affect on clinical problem solving. *Medical Decision Making: An International Journal Of The Society For Medical Decision Making*, 11, 221-227.
  20. Klein, W. M. P., Lipkus, I. M., Scholl, S. M., McQuenn, A., Cerully, J. L. i Harris, P. R. (2010). Self-affirmation moderates effects of unrealistic optimism and pessimism on reactions to tailored risk feedback. *Psychology and Health*, 25, 1195-1208.
  21. Lyubomirsky, S., King, L. i Diener, E. (2005). The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success? *Psychological Bulletin*, 131, 803-855.
  22. Majewska-Opiełka, I. (2000). *Korepetycje z sukcesu*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
  23. Myers, D. G. (2000). The Funds, Friends, and Faith of Happy People. *American Psychologist*, 55, 56-67.
  24. Nakamura, J. i Csikszentmihalyi, M. (2002). The concept of flow. W: C. R. Snyder i S. J. Lopez (red.). *Handbook of positive psychology* (s. 89-105). New York: Oxford University Press.
  25. Noe, J. R. (1997). *Tajemnice prawdziwych zdobywców*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
  26. Peale, N. V. (1995). *Moc pozytywnego myślenia*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.

27. Redelmeier, D. A. i Kahneman, D. (1996). Patients' memories of painful medical treatments: real-time and retrospective evaluations of two minimally invasive procedures. *Pain*, 66, 3-8.
28. Ryan, R. M. i Deci, E. L. (2002). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 1, 68-78.
29. Seligman, M. (1993). *Optymizmu można się nauczyć*. Poznań: Media Rodzina.
30. Seligman, M. (2005). *Prawdziwe szczęście*. Poznań: Media Rodzina.
31. Scheich, G. (2000). *Pozytywne myślenie. Czy może szkodzić?* Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
32. Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K. i Lehman, D. R. (2002). Maximizing Versus Satisficing: Happiness Is a Matter of Choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1178-1197.
33. Staw B. M., Sutton, R. I. i Pelled, L. H. (1994). Employee Positive Emotion and Favorable Outcomes at the Workplace. *Organization Science*, 5, 51-71.
34. Taylor, S. E., Kemeny, M. E., Reed, G. M., Bower, J. E. i Gruenewald, T. L. (2000). Psychological Resources, Positive Illusions, and Health. *American Psychologist*, 55, 99-109.
35. Tod, A., Warnock, C. i Allmark, P. (2011). A critique of positive thinking for patients with cancer. *Nursing Standard*, 25, 43-47.
36. Tracy, B. (2002). *Milionerzy z wyboru. 21 tajemnic sukcesu*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
37. Trzebińska, E. (2008). *Psychologia pozytywna*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
38. Wegner, D. M. i Zanakos, S. (1994). Chronic thought suppression. *Journal of Personality*, 62, 615-640.
39. Witkowski, S. A. (1994). Wprowadzenie. W: S. A. Witkowski (red.), *Psychologia sukcesu*. (s. 8 - 10) Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
40. Wood, J. V., Perunovic, W. Q. E. i Lee, J. W. (2009). Positive Self-Statements. Power for Some, Peril for Others. *Psychological Science*, 20, 860-866.
41. Ziglar, Z. (1995). *Ponad szczytem*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
42. Zimbardo, P. (1999). *Psychologia i życie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

43. Zullow, H. M., Oettigen, G., Peterson, C. i Seligman, M. E. P. (1988). Pessimistic Explanatory Style in the Historical Record. *American Psychologist*, 43, 673-682.