

# ROLA KRYTYKI W KSZTAŁTOWANIU WIZERUNKU CZŁOWIEKA W INTERAKCJACH MIĘDZYOSOBOWYCH

JERZY KAUS

**Abstract.** The article aims at analyzing the role of criticism in forming the image of human being in interpersonal interactions. The discussion starts with defining criticism and image. In order to define the concept of criticism, the definition proposed by Mirosław Karwat (2007) is applied. Next, the notion of image is analyzed by means of Stanisław Puppel's (2016) definition. Finally, the role of criticism in forming the image of human being is scrutinized by means of a survey which was carried out among 20 students studying in Poznań. The results are discussed in the final part of the article.

**Key words:** criticism, image, human image complex, destructive and constructive criticism

## Wstęp

Każdy człowiek ma swój wizerunek, który jest odbierany pozytywnie lub negatywnie w interakcjach międzyosobowych. Osoby postrzegane negatywnie są często przedmiotem krytyki, która ma znaczący wpływ na ich wizerunek. Przyjmuję, że krytyka wizerunku danego człowieka obniża jego wiarygodność w środowisku, w którym przebywa. Celem niniejszego artykułu jest odpowiedź na następujące pytania: Czym jest krytyka wizerunku? Dlaczego człowiek jest krytykowany? Jaki wpływ ma krytyka na wizerunek człowieka?

## 1. Definicja krytyki oraz wizerunku człowieka

Pojęcie ‘krytyka’ ma swoje zastosowanie w wielu obszarach nauki, np. w literaturze, w politologii czy w filozofii. Ostatnio można zauważyć coraz większe zainteresowanie badaczy zajmujących się studiami nad komunikacją zjawiskiem krytyki w komunikacji (zob. Drabik, 2010; Karwat, 2007; Gordon, 1994). Czym jest krytyka w komunikacji? Mirosław Karwat (2007: 23) podaje, że słowo krytyka pochodzi od greckiego *krinein* – „odsiewać, rozdzielać, rozróżniać, wybierać, sądzić, osądzać, rozstrzygać, decydować”. Jak wyjaśnia dalej Karwat (2007: 25) „krytyka to sztuka rozróżniania (...) [w]yobrażeń, oczekiwań i zamiarów towarzyszących jakiemuś przedsięwzięciu lub dziełu oraz stanu faktycznego względnie określonych wymagań stawianych danemu rodzajowi działania lub dzieła – wymagań dotyczących treści, formy, gatunku, stylu, wewnętrznych proporcji komponentów danej całości itd.itp”.

Karwat (2007) w swojej pracy zauważa, że krytyka pojawia się w komunikacji wskutek odmiennego postrzegania działań człowieka. Z kolei Gordon (1994 cyt. za Drabik, 2010: 191), podaje następującą definicję krytyki: „[w]yrażanie negatywnych ocen o drugiej osobie, jej działaniach lub postawach”. Naruszewicz – Duchlińska (2015) twierdzi, że krytykowanie jest bezpośrednio związane z tzw. ‘hejtem’, którego celem jest deprecjacja rozmówcy. Źródła powstawania krytyki w komunikacji zostaną omówione w dalszej części artykułu. Według Gordona (1994), pojęcie krytyki odnosi się do oceny wizerunku człowieka. Warto w tym miejscu zapytać: czym jest wizerunek człowieka? Według Puppel (2016: 111), „wizerunek możemy rozumieć w dwojaki sposób, więc przede wszystkim:

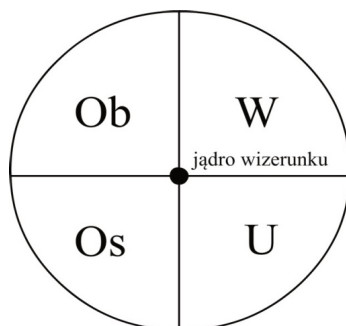
- (a) statycznie, tj. jako posiadanie przez daną cielesność (tj. fenomenologicznie czyli jako organizm biologiczny lub kulturowo – instytucjonalny) większej lub mniejszej świadomości odnośnie własnej tożsamości, tj. określonego stanu tejże cielesności (...)
- (b) dynamicznie, tj. jako dynamizm polegający na nieustannym podejmowaniu przez daną cielesność różnych działań interakcyjno-komunikacyjnych polegających na nieustannym wytwarzaniu wizerunku, czyli wytwarzaniu u odbiorcy określonych wrażeń (...)

Jak podaje Puppel (2016: 109), wizerunek człowieka jest postrzegany zarówno z punktu widzenia wyglądu jak i oglądu. Puppel słusznie wskazuje (2016: 113), że jesteśmy w interakcji międzyludzkiej cały czas oceniani przez swoich rozmówców pod względem naszego wyglądu. Ponadto Puppel postuluje, że na kształtowanie się wizerunku człowieka wpływają:

„1. świadomość (...) ważności/ istotności wizerunku własnego (zwana dalej ważnością, W)

2. uczucia towarzyszące wizerunkowi własnemu (zwane dalej uczuciami, U)
3. własny osąd posiadanego (...) wizerunku (zwany dalej osądem, Os)
4. własny wewnętrzny obraz wizerunku (zwany dalej obrazem, Ob)”.

Zaproponowane przez niego (2016) wyżej wymienione parametry można zaprezentować przy pomocy następującego ogólnego schematu:



Schemat 1. Kompleks wizerunkowy człowieka W-U-Os-Ob (Puppel, 2016: 113).

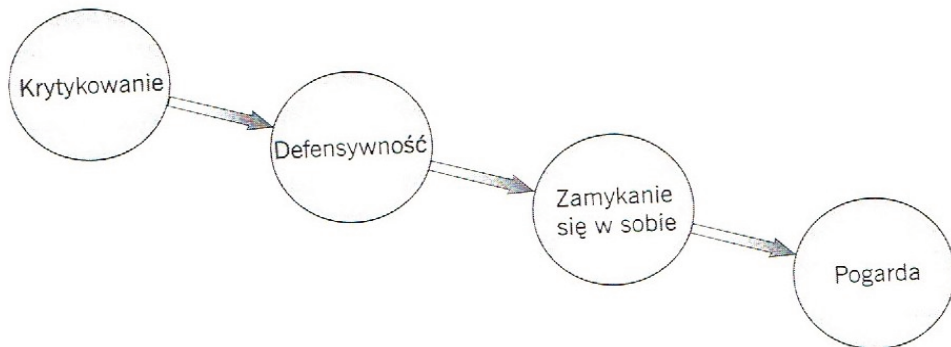
Przyjąwszy schemat Puppla za obowiązujący w niniejszym opracowaniu przyjmiemy się dalej zagadnieniu krytyki wizerunku. I tak Luter (2011) zakłada, że krytyka odnosi się do fałszywego wyobrażenia danej osoby. Jego zdaniem (2011: 140) krytykę można zdefiniować jako „projekcję na dany temat, która nie ma nic wspólnego z rzeczywistością”. Krytyka według Lutra (2011) polega na przypisywaniu negatywnych cech odbiorcy. Jak można zauważyć, przytoczone przeze mnie definicje mają negatywne konotacje w kwestii oceny i przebiegu relacji międzyludzkich. Według Lutra (2011), Gordona (1994) i Drabik (2010) krytyka wizerunku negatywnie wpływa na rozwój relacji międzyludzkich. Problem ten zostanie omówiony w dalszej części artykułu.

Warto w tym miejscu zapytać: czy krytykę można wartościować tylko negatywnie czy także pozytywnie? Najważniejszym zagadnieniem staje się więc w tym momencie sposób konstruktywnego wykorzystania krytyki w komunikacji. Jak podaje Grzegorz Szczerba (2013: 86) „krytykować można i niekiedy należy posłużyć się tą formą komunikacji”. Stwierdza on, że konstruktywna krytyka ma na celu zmotywowanie odbiorcy do zmiany swojej postawy. Pozytywna krytyka ma wskazać odbiorcy popełniane błędy oraz zmotywować go do pracy nad swoimi słabościami (Szczerba, 2013).

## 2. Jaki wpływ ma krytykowanie na relacje międzyludzkie?

Według Beaty Drabik (2010) wyrażanie negatywnej krytyki w komunikacji źle wpływa na relacje międzyludzkie. Krytykowanie swojego odbiorcy w komunikacji międzysobowej bardzo często prowadzi do zerwania relacji. Jak dalej wskazuje Drabik (2010: 191) „[z]arówno bowiem krytyka jak i autokrytyka – zwłaszcza nie

merytoryczna – zraża do jej nadawcy współuczestnika kontaktu (...) odbiorca wycofa się z relacji, aby nie zostać całkowicie podporządkowany deprecjonującym go uwagom partnera (...). Należy zauważyć, że krytykowanie pozostawia również uraz emocjonalny u odbiorcy. Natomiast według Miłosza Karbowskiego (2010: 51) „człowiek, to istota emocjonalna, w pierwszym rzędzie rzadko kieruje się logiką. Jeśli kogoś pochopnie skrytykujemy, szczególnie złośliwością, to będzie ten fakt pamiętał przez wiele lat”. Wilmot i Hocker (2011) wskazują, że krytykowanie swojego rozmówcy w komunikacji prowadzi do powstania lub pogłębienia konfliktu interpersonalnego. Jak wskazuje dalej Gottman (1999) krytykowanie prowadzi od załamania się relacji między ludźmi. Negatywny odbiór przez uczestnika interakcji badacze Wilmot i Hocker (2011: 42) przedstawiają za pomocą następującego schematu:



Schemat 2. 4 jeźdźców apokalipsy (Wilmot i Hocker, 2011: 42).

Jak można zauważyć, krytykowanie prowadzi do defensywności u odbiorcy danej krytyki. Rozmówcy zamykają się w sobie oraz czują pogardę do siebie. Warto w tym miejscu zadać następujące pytania:

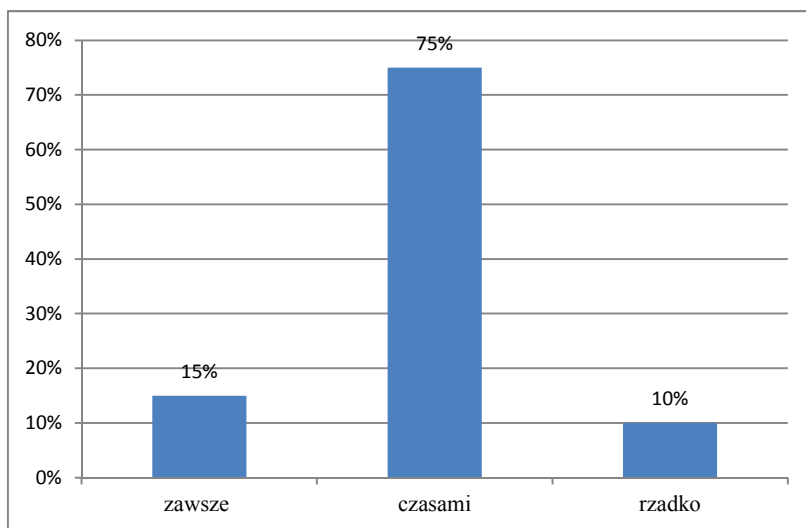
1. Czy krytykowanie swojego rozmówcy zawsze kończy się zerwaniem relacji międzyosobowych?
2. Czy krytyka obniża wiarygodność osoby, która jest krytykowana?
3. Jak często krytykujemy swojego rozmówcę w relacjach międzyosobowych?
4. Dlaczego krytykujemy innych ludzi?
5. W jakim miejscu najczęściej krytykujemy innych ludzi?
6. W jakich sytuacjach reagujemy pogardą, gdy jesteśmy krytykowani?
7. Czy krytykowanie zawsze prowadzi do zamykania się w sobie rozmówców?

Odpowiedzi na powyższe pytania znajdują się w kolejnej części niniejszego omówienia.

### 3. Omówienie badania pilotażowego

W celu odpowiedzi na powyższe pytania zostało przeprowadzone badanie pilotażowe polegające na wypełnieniu ankiety przez 20 studentów poznańskich uczelni. Osoby badane miały za zadanie jak najdokładniej odpowiedzieć na siedem pytań sformułowanych powyżej.

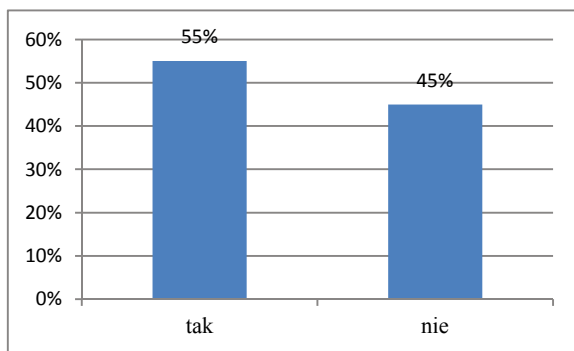
Na pytanie 1: *czy krytykowanie swojego rozmówcy zawsze kończy się zerwaniem relacji międzysobowych?* osoby ankietowane podały, że nie zawsze krytyka rozmówcy prowadzi do zerwania relacji. Według osób badanych osoba, która jest przedmiotem krytyki, może poczuć się urażona oraz nie mieć ochoty prowadzić dalszej dyskusji. Zerwanie relacji następuje, gdy krytykowany rozmówca nie jest gotowy na przyjęcie krytyki, jak również w sytuacji, gdy krytyka jest przedstawiona w niewłaściwy sposób, bez empatii. Badani stwierdzili również, że reakcja odbiorcy zależy od intensywności relacji pomiędzy rozmówcami. Jak podają osoby badane, krytyka może prowadzić do pogorszenia relacji między rozmówcami, gdy dotyczy cech osobowych. Wyniki można zaprezentować za pomocą następującego wykresu:



Wykres 1. Czy krytykowanie swojego rozmówcy zawsze kończy się zerwaniem relacji międzysobowych?

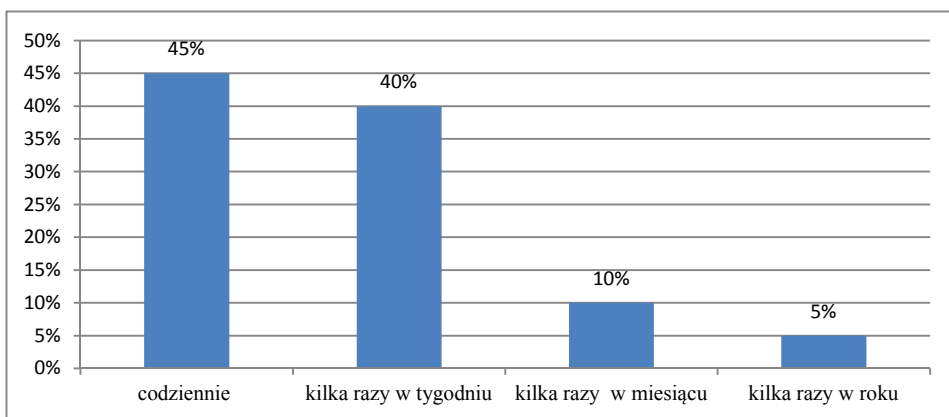
Na pytanie 2: *czy krytyka obniża wiarygodność osoby, która jest krytykowana?* Badane osoby podały, że rozumieją krytykę jako opinię działającą na całokształt wiarygodności odbiorcy oraz wskazały, że krytyka przedstawiona w sposób agresywny negatywnie wpływa na wizerunek rozmówcy. Zdaniem ankietowanych krytyka może obniżać wiarygodność, gdy nie jest konstruktywna lub jest mało zasadna.

Niemniej jednak warto podkreślić, iż anketowani wskazują, że krytyka nie obniża wiarygodności rozmówcy wtedy, gdy jest konstruktywna. Wyniki można przedstawić za pomocą następującego wykresu:



Wykres 2. Czy krytyka obniża wiarygodność osoby, która jest krytykowana?

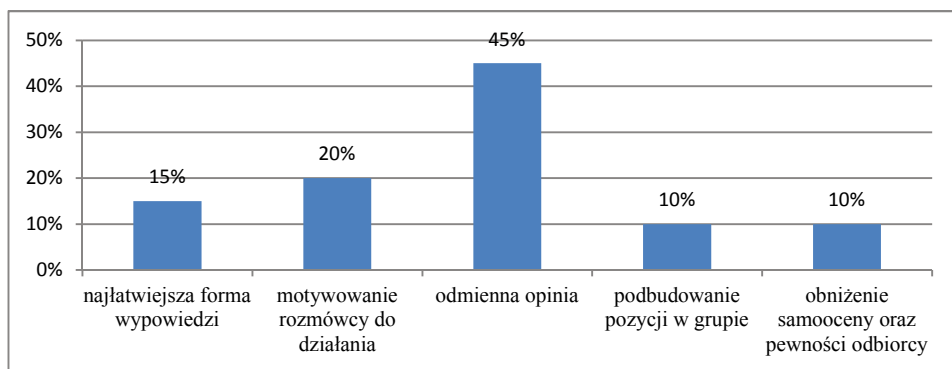
Na pytanie 3: *jak często krytykujemy swojego rozmówcę w relacjach międzyosobowych?* 45% anketowanych podało: codziennie, 40% respondentów odpowiedziało: kilka razy w tygodniu, 10% badanych podało: kilka razy w miesiącu oraz 5% anketowanych odpowiedziało: kilka razy w roku. Wyniki można przedstawić za pomocą następującego wykresu:



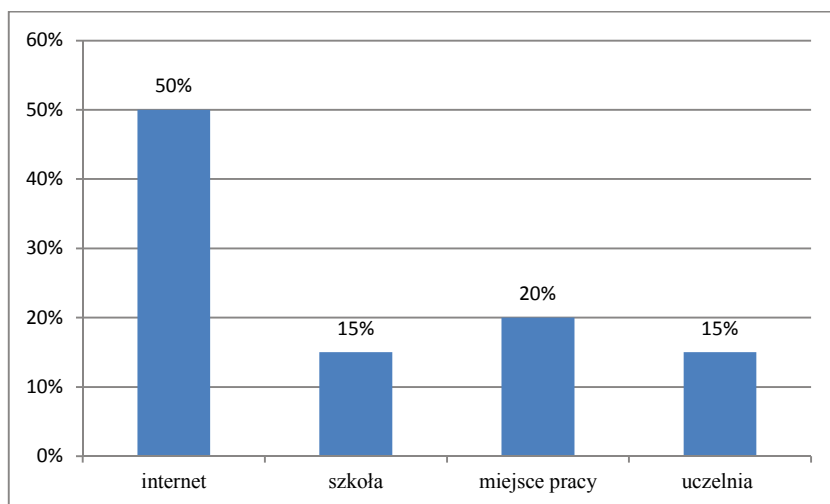
Wykres 3. Jak często krytykujemy swojego rozmówcę w relacjach międzyosobowych?

Na pytanie 4: *dlaczego krytykujemy innych ludzi?* odpowiedziano, że krytyka jest najłatwiejszą formą wypowiedzi. Według osób badanych krytyka jest próbą zmoty-

wowania swojego rozmówcy do lepszego działania. Badani dodali także, że posługujemy się krytyką, ponieważ nie zgadzamy się z opinią naszego rozmówcy. Wskazują też na to, że wykorzystujemy krytykę wtedy, gdy wiedza rozmówcy na temat, na który następuje wypowiedź, jest żenująca oraz żeby udowodnić błąd popełniony przez odbiorcę. Zauważono również, iż za pomocą krytyki naszego odbiorcy chcemy podbudować swoją pozycję w grupie, a także by obniżyć samoocenę oraz pewność odbiorcy. Zebrane wyniki można zaprezentować za pomocą następującego wykresu:



Wykres 4. Dlaczego krytykujemy innych ludzi?



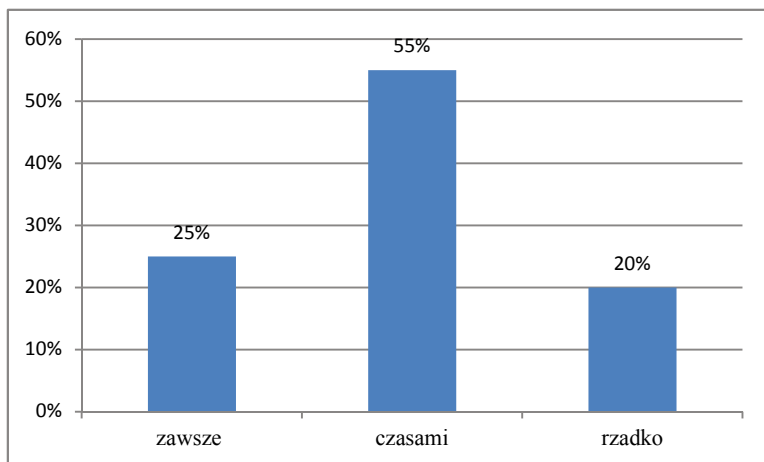
Wykres 5. W jakim miejscu najczęściej krytykujemy innych ludzi?

Na pytanie 5: w *jakim miejscu najczęściej krytykujemy innych ludzi?* udzielono odpowiedzi, że najczęściej krytykujemy inne osoby w Internecie. Krytykujemy tak-

że swoich rozmówców w szkole, w miejscu pracy oraz na uczelni. Wyniki można zaprezentować za pomocą następującego wykresu:

Na pytanie 6: *w jakich sytuacjach reagujemy pogardą, gdy jesteśmy krytykowanymi?* ankieterzy podali, że reagujemy pogardą wtedy, gdy jesteśmy osobiście dotknięci krytyką, której forma jest niewłaściwa, a także wtedy, gdy krytyka jest merytorycznie błędna lub gardzimy osobą krytykującą. W tym przypadku zrezygnowano z tabelaryzacji wyników.

Na pytanie 7: *czy krytykowanie zawsze prowadzi do zamknięcia się w sobie rozmówców?* odpowiedziano, że krytyka nie zawsze prowadzi do zamknięcia się w sobie odbiorców. Jak wskazują osoby badane, krytyka może prowadzić do agresywnego konfliktu międzypersonalnego. Podano również, że osoby nieśmiałe łatwiej zamykają się w sobie pod wpływem krytyki. Otrzymane wyniki można przedstawić za pomocą następującego wykresu:



Wykres 6. Czy krytykowanie zawsze prowadzi do zamknięcia się w sobie rozmówców?

Na podstawie analizy przeprowadzonej ankiety pilotażowej można stwierdzić, że krytyka nie zawsze jest przyczyną zerwania relacji międzypersonalnych. Niemniej obniża ona wiarygodność osoby krytykowanej i wpływa na jej wizerunek, zwłaszcza gdy jest agresywna, niezasadna, niesprawiedliwa i niekonstruktywna. Krytyka jest stosowana bardzo często w relacjach międzypersonalnych. Jest ona najłatwiejszą formą wypowiedzi oceniającej i próbą zmotywowania swojego odbiorcy do zmiany zdania. Najczęściej krytykujemy w Internecie. Na krytykę reagujemy pogardą wtedy, gdy jesteśmy osobiście nią dotknięci lub jej forma jest niewłaściwa, a także wtedy, gdy jest merytorycznie błędna lub mamy negatywny stosunek do osoby krytykującej.



## 4. Wnioski ogólne

Krytyka jest przedmiotem dociekań badaczy z różnych dziedzin takich jak filozofia, językoznawstwo czy filozofia. Niniejszy artykuł miał na celu odpowiedzieć na pytania: czym jest krytyka wizerunku? Dlaczego człowiek jest krytykowany? Jak wpływa krytyka na wizerunek człowieka? Na podstawie opracowań dotyczących relacji międzysobowych (zob. np. Karwat, 2007) można stwierdzić, że krytyka innych osób oparta jest na wyrażaniu głównie swoich emocji i dążeń. Reasumując, należy stwierdzić, że zarówno cel jak i skutek krytyki może być destruktywny lub konstruktywny a reakcja rozmówcy na krytykę zależy od sposobu jej przedstawienia, sposobu wyrażania oraz od typu i intensywności relacji pomiędzy rozmówcami. Tak więc, krytyka jest destruktywna wtedy, gdy dotyczy cech osobowych rozmówcy i wywołuje negatywne skutki jak, np. zerwanie relacji między rozmówcami, zamknięcie się w sobie rozmówcy.

Ponadto krytyka może mieć wpływ na kształtowanie wizerunku człowieka. Przeprowadzone badanie pokazało, że krytyka jest sposobem opiniowania kształtującym wizerunek człowieka. Może ona wpływać na kształtowanie wizerunku zarówno krytykowanego jak i krytykującego w zależności od reakcji na nią odbiorcy i sposobu oraz form krytykowania zastosowanych przez nadawcę. Pomimo, iż omówione zagadnienia mają charakter wstępny, autor wyraża nadzieję, że niniejszy artykuł przyczyni się do dalszej dyskusji poświęconej roli krytyki w interakcjach międzysobowych. W kolejnych etapach badań warto byłoby pogłębić zagadnienie roli krytyki w przebiegu procesu komunikacji międzysobowej.

## Bibliografia

- Drabik, B. 2010. *Językowe rytuały tworzenia więzi interpersonalnej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Gordon, T. 1994. *Wychowanie bez porażek: rozwiązywanie konfliktów między rodzicami a dziećmi*. Warszawa: PAX.
- Gottman, J.M. 1999. *The marriage clinic: a scientifically based marital therapy*. New York: W.W. Norton and Co.
- Karbowski, M. 2010. *Sztuka przyciągania ludzi: złote zasady zdobywania przyjaciół, którzy zawsze będą cię wspierać*. Gliwice: Wydawnictwo Złote Myśli.
- Karwat, M. 2007. *O złośliwej dyskredytacji: manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kaus, J. 2017. „Uwagi w sprawie wizerunku nauczyciela w perspektywie szkolnej”. W zbiorze: Wiertelowska, J. (red.). *Język- dydaktyka- komunikacja*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. 67-79.
- Luter, S. 2011. *Zburz ten mur: zacznij osiągać więcej, rozliczając się z przeszłością*. Gliwice: Wydawnictwo Złote Myśli.

- Naruszewicz- Duchlińska, A. 2015. *Nienawiść w czasach Internetu*. Gdynia: Novae Res.
- Puppel, S. 2016. „Kuznia Hefajstosa czyli krótki zarys wizerunku człowieka w komunikacji ludzkiej”. *Scripta Neophilologica Posnaniensia XVI*. 109-125.
- Szczerba, G. 2013. *Menadżer doskonały: motywacja*. Gliwice: Wydawnictwo Złote Myśli.
- Wilmot, W.W. i J.L. Hocker. 2011. *Konflikty między ludźmi*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.