

Kto kogo?

Komentarz do artykułu Tomasza Witkowskiego i Pawła Fortuny „O psychobiznesie, tolerancji i odpowiedzialności, czyli strategii czystych uczonych”

Wiesław Łukaszewski

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wydział Zamiejscowy w Sopocie

Autor komentarza wykazuje, że i prowokacja (przedstawienie nonsensu jako nowej procedury terapeutycznej w czasopiśmie popularnym) i artykuł oryginalny opierają się na fałszywych założeniach, że: (a) praktyka społeczna musi mieć zaplecze naukowe; (b) działanie pozbawione zaplecza naukowego jest niemoralne; (c) zadaniem uczonych jest demaskowanie braku zaplecza naukowego w praktyce społecznej.

Sama prowokacja, choć intencje miała pozytywne, została przeprowadzona w sposób wykluczający osiągnięcie planowanego wyniku, to jest wzbudzenie czujności intelektualnej i moralnej uczonych psychologów.

Słowa kluczowe: nadużycie w psychologii, odpowiedzialność moralna

*W naszych równaniach jakże często prawdziwy jest jedynie znak równania – napisał kiedyś Stanisław Jerzy Lec. To zdanie towarzyszyło mi przez cały czas czytania tekstu Tomasza Witkowskiego i Pawła Fortuny. Tekstu pełnego dobrych intencji i marnych środków wyrazu. Tekstu, w którym argumenty moralne i intelektualne traktowane są dość swobodnie, a przede wszystkim zamiennie. Tekstu, w którym interes wspólny potraktowany bywa jako parawan dla interesu osobistego (niekoniecznie intencjonalnie!). Tekstu, co do którego *jestem za, a nawet przeciw*. Aby uzasadnić powyższe – na razie gołosłowne – uwagi, skupię się krótko i w niejednakowym stopniu na kilku sprawach: tzw. psychobiznesie, prowokacji wykonanej przez T. Witkowskiego, odpowiedzialności za słowa i czyny i upowszechnianiu wiedzy (podkreślam: wiedzy!) psychologicznej.*

Wiesław Łukaszewski, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wydział Zamiejscowy w Sopocie, ul. Polna 16, 81-876 Sopot, e-mail: wlukaszewski@swps.edu.pl

Biznes okolo-psychologiczny

Zgadzam się z Autorami, że działalność psychologiczna po zmianie systemu politycznego w Polsce to pieniądze. Czasem bardzo duże. Do dzielenia tortu i jego konsumpcji ustawiają się chętni i ciągle ich przybywa (kilka tysięcy rocznie). Nie rozumiem jednak dwóch rzeczy: (a) dlaczego ten biznes ograniczyli Autorzy tylko do terapii i (b) dlaczego uważają, że biznes psychologiczny jest *a priori* naganny.

Psychobiznes (że użyję terminu Autorów), to – poza terapią – rozliczne szkolenia, coachingi, działania marketingowe i działania *public relations*, to także reklama i wiele innych. Jakość tego biznesu opisywalna jest za pomocą krzywej Gaussa – najwięcej jest średnich, a najmniej skrajnie dobrych i skrajnie złych ludzi biznesu. Decyduje zatem poziom średniej, a średnia – wedle moich obserwacji, a także doświadczeń zawodowych – to mieszanina arogancji i ignorancji. Mieszanina aktywnej obrony przed wiedzą i zastępowanie wiedzy osobistym doświadczeniem oraz zrutyinizowanymi trickami. Podkreślam, że mowa o dwu środkowych odchyleniach standardowych,

a bynajmniej nie o pozytywnym krańcu rozkładu normalnego, bo tam sytuacja wygląda zgoła inaczej. Nie mówię też o negatywnym krańcu rozkładu, bo boję się o tym myśleć. Dotyczy to wszystkich form biznesowej działalności psychologów. Neoliberalnie nastawieni krytycy zauważają, że wszechwładny rynek wyeliminuje to, co mało wartościowe, bardziej sceptyczni krytycy uznają, że znaleźliśmy się na równi pochyłej.

Jeśli przyjąć, jak Witkowski i Fortuna, że sytuacja jest niepokojąca i że zjazd po równi pochyłej już się zaczął, to warto zanalizować, z jakiej perspektywy oceniają zjawisko, a jakie perspektywy pomijają w swoich ocenach. Autorzy koncentrują uwagę na aspektach intelektualnym i moralnym, pomijają natomiast aspekty logiczny i prawny.

Z perspektywy intelektualnej najważniejsze wydaje im się pytanie, czy za takimi lub innymi technikami wpływu społecznego (terapii, zmiany osobistej itp.) stoi naukowe uzasadnienie. A więc czy NLP ma jakiś naukowy *background*? Czy hellingerowskie ustawienia, pole morfogenetyczne bazują na jakiejś wiedzy naukowej i na jakiej? Jeśli tak, można ich używać, jeśli zaś nie – trzeba koniecznie się temu przeciwstawić. Uważam, że takie pytania są źle postawione, a przede wszystkim zacierają granice między wiedzą i praktyką społeczną. Równie dobrze można by zapytać, czy przepis na sałatkę owocową jest uzasadniony naukowo. Czy głośkanie po głowie jako sposób na uspokojenie dziecka ma podstawy w wiedzy psychologicznej? Jakiej? Z takiej perspektywy należy zauważyć, że pierwsze łodzie budowane przez nadmorskich tubylców we wszystkich stronach świata, są początkiem pozbawionego naukowego zaplecza (w dodatku dość niebezpiecznego) *boatbusinessu*. Wydaje się, że nie o to chodzi. Jeśli, co na ogół wiadomo, efektywność wszelkich terapii jest mniej więcej podobna, to widać, że decydujące znaczenie ma podatność klienta, a nie specyfika terapii i jej naukowe zaplecze. Tak więc apel o weryfikację procedur terapeutycznych z pozycji naukowych, trochę – niestety – przypominający nawoływania do cenzury, wydaje się chybiony. Jeszcze bardziej chybione wydaje się przekonanie Autorów, że jeśli jakaś część społecznej praktyki nie ma naukowego zaplecza, to jej uprawianie narusza normy moralne. Wiedzy lub niewiedzy nie rozpatrywałbym w takich kategoriach, co ani nie znaczy, że pochwalam niewiedzę, ani też, że lekceważę aspekt moralny.

Psychobiznes opiera się na dobrowolnym kontrakcie. Oferenci psychologicznej pomocy (pojętej najszerzej, jak tylko można) stają po jednej stronie, po drugiej zaś ci, którzy tej pomocy (w formie terapii, szkolenia, porady marketingowej itp.) oczekują. Relacja nie jest symetryczna, bo oferenci są w sytuacji uprzywilejowanej. Kontrakt

może być uczciwy lub nie. Nie jest uczciwy, gdy oferent cynicznie wykorzystuje niewiedzę, brak doświadczenia, naiwność lub nadmiar zaufania u klienta do osiągnięcia osobistych korzyści. Nie jest uczciwy psycholog, który wie, że oferowana przez niego pomoc jest pozorna, złudna, chwilowa, zaś przedstawia ją jako pewną, rzeczywistą i trwałą. Można powiedzieć, że wtedy działa on świadomie na szkodę drugiego człowieka.

Problem jednak pojawia się wtedy, gdy obie strony działają w dobrej wierze. Obie są przekonane o skuteczności podjętych działań. Problem bierze się także stąd, że brak porządnym miar skuteczności, metodologia takich pomiarów – bez porównań zewnętrznych, bez grup kontrolnych, bez cyklu powtarzanych pomiarów – pozostawia wiele do życzenia, najczęściej nie ze złej woli, ale raczej z powodu specyfiki relacji psycholog–klient.

O ile w przypadku relacji nieuczciwej sprawa jest dość jasna – mamy do czynienia z problemem prawnym, z działalnością kryminalną, o tyle w przypadku relacji opartej na dobrej wierze sprawa się komplikuje. Myślę, że właśnie w takiej relacji ważne jest odwołanie do wiedzy, zaś udostępnienie tej wiedzy zasadniczo rozwiązuje problem. Sądzę też, że tu, podobnie jak w medycynie, obowiązuje minimalistyczna zasada *primum non nocere*, choć przecież nikt ani w medycynie, ani w psychologii, jeśli tylko pracuje w oparciu o dobrą wiarę, na tym nie poprzestanie. Jednym słowem, w tej ostatniej sytuacji fundamentalne znaczenie ma zaufanie do kompetencji psychologa, i to z obu stron tej relacji. Rozwiązaniem niedomagań w tej kwestii jest uczenie się i nieustanne wykraczanie poza osobiste doświadczenie.

Autorzy w swojej analizie pominęli jednak dwa ważne aspekty: prawny i logiczny. W większości krajów cywilizowanych istnieje prawna ochrona zawodu psychologa. W większości takich krajów istnieją środowiskowe mechanizmy eliminowania szalbierstwa, nadużyć intelektualnych, *hochsztaplerki*. W większości, ale nie w Polsce. Ochrona prawna zawodu jest czystą fikcją. Podobną fikcją są środowiskowe mechanizmy samooczyszczania. Środowisko praktyków psychologów tak zjadle walczy o podział wspomnianego na początku tortu, że z pola widzenia nierządki umykają im ważne standardy. Efekty można zobaczyć w działach ogłoszeń drobnych każdej gazety. Zachęcam do lektury.

Ale jest jeszcze problem logiczny. Autorzy postulują, aby badacze wykazywali, że dana koncepcja, dana praktyka nie jest naukowo uzasadniona. O ile dobrze pamiętam, jeden z Autorów (Tomasz Witkowski) logiki uczył się od tych samych, co ja, nauczycieli. Dobrze pamiętam, czego mnie uczyli: nie dowodzi się przeczeń. Nie można pokazać, że nie mamy pieniędzy, można tylko pokazać to, że

je mamy. Innymi słowy postulat Autorów, choć moralnie zbożny, jest logicznie niewykonalny, zatem intelektualnie bezwartościowy. Wydaje się zatem, że nie tędy droga. Być może świadomość tych słabości skłoniła Tomasza Witkowskiego do opisanej przez niego prowokacji.

Polski Sokal?

Niestety, nie mam talentów archiwisty. Na ogół nie przechowuję listów, maili, starych papierów itd. Muszę więc polegać na pamięci (wspomaganej, na szczęście, tekstem komentowanego artykułu). Wydaje się, że Witkowskiemu przyswiecała myśl, aby sprawdzić, czy każde głupstwo, jeśli tylko opakuje się interesująco, można sprzedać jako prawdę oczywistą. Nie bardzo tylko wiem, po co to sprawdzał, ani też dlaczego w taki sposób. Przytaczane przezeń powody wydają mi się niezbyt mocne.

Nie wiem, po co to sprawdzał, bo to znana prawda. Tak więc Witkowski mógł być pewny sukcesu, no i się nie zawiódł. Nie wiem dlaczego uciekł się do sprawdzenia w sposób, który sukces zapewniał mu podwójny. Dlaczego zrobił to w popularnonaukowym, a nie w naukowym czasopiśmie? Przecież jego zamiarem było obudzenie uczonych, czystych uczonych – jak piszą Witkowski i Fortuna. Mogę zgodzić się i z ideą, i z potrzebą oczyszczających okresowych przebudzeń czystych uczonych. Wydaje się to ideą zbożną i godną dalszych przemyśleń. Sposób zastosowany przez Witkowskiego wydaje się jednak mało adekwatny – jest to budzenie pośrednie. Przez wiarę, że opublikowanie absurdu w czasopiśmie popularnym, rzadko czytany przez czystych uczonych, dowiedzie bezmyślności lub co najmniej indyferencji tych ostatnich. To tak, jakby chcieć obudzić niedźwiedzie ze snu zimowego, płosząc nietoperze.

Zgadzam się z Autorami, że w psychosferze (kategoria ogólniejsza od psychobiznesu) szerzą się brednie. Zgadzam się, że należy podejmować próby ich eliminacji, ale nie uważam, aby Witkowski dobrał trafną metodę postępowania. Mało tego, uważam, że wybrał metodę w pewnych warunkach niebezpieczną. Po pierwsze dlatego, że wiąże się ona z zaufaniem i nieufnością. To ja napisałem do autora prowokacji, że jego działania wpisują się dobrze w atmosferę paranoi, prowokacji i podsłuchów – tak znamienych dla naszego czasu teraźniejszego. Dziś myślę tak samo. Sądzę, że dalsze pogłębianie niewiarygodnie wysokich wskaźników nieufności społecznej w Polsce jest zabiegiem ryzykownym. Nie wiem czy na szczęście, czy na nieszczęście, zabieg zastosowany przez Witkowskiego okazał się chyba jednak mało skuteczny. Przemawiają za tym cytowane w końcu komentowanego artykułu wyniki badań. Dobrze byłoby wiedzieć, zanim wykreujemy „polskiego Sokala”, ile osób uświadomiło

sobie niebezpieczeństwa łatwowierności wobec głupiego i pompacyjnego tekstu, a ile osób dało wiarę temu tekstowi. Obstawiam, że tych ostatnich było więcej. Obstawiam też, że wśród czytelników czasopism naukowych, gdyby tekst się tam ukazał (w co wątpię), tych drugich można by na palcach policzyć.

Problem odpowiedzialności

W komentowanym tekście nie brak sugestii, że za powodzenie prowokacji odpowiedzialne jest czasopismo, które tekst opublikowało, że jakąś porcję odpowiedzialności ponosi także rada redakcyjna. Co się tyczy pierwszego, część odpowiedzialności jest niewątpliwie po stronie wydawnictwa. Łatwo można byłoby tego uniknąć, gdyby Autor przeprowadził swoją prowokację w porozumieniu z wydawnictwem i po odpowiednim przygotowaniu gruntu. Zauważmy jednak, że to autor ponosi wyłączną odpowiedzialność za tekst, który przygotował. Wydawca zakłada, że autor ma dobrą wolę i szanuje normy życia społecznego. Zapewne Witkowski ma jednak rację, zakładając, że do autora nieznanego lub mało znanego, wydawnictwo powinno mieć zaufanie w jakimś stopniu ograniczone, ale jaki jest dopuszczalny zakres tego ograniczenia – nie wiadomo.

Witkowski skarży się nie bez racji, że jego tekst został zdeformowany, a tym samym jego prawa autorskie zostały ograniczone. Jest oczywiste, że jeśli wydawca ingeruje w tekst – czy to przez skróty i cięcia, czy przez edytorskie uzupełnienia – powinien uzgodnić to z autorem. Jeśli prawa autora zostały w tym względzie naruszone, ten może ich dochodzić w trybie ustalonym prawem autorskim. Tylko powstaje pytanie, jaki to ma związek z prowokacją Witkowskiego. To dlatego na początku komentarza napisałem o interesie wspólnym jako parowanie dla interesu osobistego autora. Połączenie tych dwóch rzeczy przez Tomasza Witkowskiego psuje efekt psychologiczny prowokacji (cokolwiek sobie o niej myślimy).

Uwagi dotyczące rady redakcyjnej wydają mi się niezbyt przekonujące. Autorzy wnoszą pod adresem rady zastrzeżenie, że nie pilnuje zawartości tekstów. To jakieś nieporozumienie. Rady redakcyjne nie są urzędem kontroli ani narzędziem cenzury. Są ciałem doradczym w kwestiach polityki pisma, długofalowej strategii marketingowej itp. Świadectwem działania rady redakcyjnej czasopisma *Charaktery* jest na przykład polityka reklamowa redakcji: żadnych reklam parapsychologii, szamanów i wróżek. A przecież między innymi na tym, aby tak było, zależy Autorom komentowanego tekstu.

Na koniec

Wątpię, aby ktokolwiek kwestionował potrzebę popularyzacji psychologii i pożytki z tej popularyzacji płynące. Dzięki niej rośnie świadomość psychologiczna ludzi, a w konsekwencji także – mam nadzieję – powiększa się suma szczęścia u wielu z nas. Naiwnością byłoby jednak sądzić (a nieraz to słyszę), że popularyzacja psychologii i przyrost świadomości psychologicznej dokonuje się za sprawą *Journal of Personality and Social Psychology* czy za sprawą na przykład *Psychological Review*. Philip Zimbardo jest jednym z najbardziej wpływowych psychologów i najbardziej znaczących dla popularyzacji naszej dyscypliny, a nie opublikował żadnego tekstu w *JPSP*. Jego fantastyczne pomysły badawcze znane są raczej z *Psychology Today* czy *Psychologist*.

To nie *Studia Psychologiczne*, ani *Psychologia Społeczna* przesądzą o tym, w jakim stopniu porządna wiedza psychologiczna zastąpi magiczne myślenie i potoczne koncepcje psychologiczne. W większym stopniu zrobią to czasopisma popularnonaukowe, takie jak *Charaktery* (w mniejszym stopniu czasopisma popularne, niezręcznie nazywane „kobięcymi”). W tej sytuacji słuszniejsza wydaje mi się współpraca niż walka z takimi czasopismami. Scenariusz *kto–kogo?* wydaje mi się szczególnie mało użyteczny. Prowokacja Tomasza Witkowskiego zdaje się (niestety) realizować ten właśnie scenariusz. Szkoda, bo można było osiągnąć coś więcej niż tylko *schadenfreude*.

By who to whom? `Commentary on the article by Tomasz Witkowski and Paweł Fortuna: On psycho-business, tolerance and responsibility or strategies employed by pure scientists

Wiesław Łukaszewski

Warsaw School of Social Psychology

Abstract

The author of the commentary argues that both the provocation that introduced the bogus therapy as a new therapeutic procedure in the popular magazine, and the commented article are based on false assumptions, namely: (a) that social practice must have a scientific background; (b) that any activity that is not based on scientific premises is immoral; (c) that the goal of scientists is to expose the missing theoretical premises of social practice. The provocation, despite the good intentions of the author, was conducted in a way which goes against its goal, that is, increasing the intellectual and moral vigilance of academic psychologists.

Key words: abuse in psychology, moral responsibility