

O prowokacji, czystości i uczonych

Hanna Brycz

Instytut Psychologii, Uniwersytet Gdański

W tekście ustosunkowuję się do artykułu Tomasza Witkowskiego oraz Pawła Fortuny pt. „O psychobiznesie, tolerancji i odpowiedzialności, czyli strategię czystych uczonych”. Najpierw systematycznie opisuję zjawisko prowokacji, jego formy i celowość, odnoszę się także do prowokacji Witkowskiego (2007). Następnie próbuję zrozumieć konstrukt teoretyczny Autorów nazwany „czystym naukowcem”, starając się rozpoznać motywy owej prowokacji. Kończę konkluzją zachęcającą Autorów do dalszych działań na rzecz poprawy regulacji prawnych związanych z psychoterapią.

Słowa kluczowe: prowokacja, psychobiznes, autoprezentacja, domeny: sprawności i moralności

Dobra prowokacja nie jest zła, co wykazali w przewodnim dla tego wydania *Psychologii Społecznej* artykule Tomasz Witkowski i Paweł Fortuna, powołując się na wielu skutecznych i do dziś słynnych prowokatorów, jak: Alan Sokal (1996), Ray Persuad (2006) czy David Rosenhan (1973). Dlatego najpierw chcę przyjrzeć się samemu zjawisku.

Prowokacja

Znaczenie terminu „prowokacja” nie jest jednorodne. Wielka Współczesna Encyklopedia PWN (1996), tom 5, głosi na stronie 350: „Prowokacja z punktu widzenia prawa to: 1. nakłanianie innej osoby do dokonania przestępstwa w celu skierowania przeciwko niej postępowania karnego; 2. wyzywające zachowanie się pokrzywdzonego, które wywołało zniewagę... (odwet); oraz w sensie potocznym 3. podstępna działalność, podżeganie do działania mającego zgubne skutki dla danej osoby, grupy czy organizacji; działalność w jakiejś organizacji mająca na celu szkodzenie jej”.

Zarówno prawne, jak i potoczne rozumienie prowokacji w pierwszym odbiorze budzą oburzenie moralne. Prowokacja wydaje się naganna i niegodna. Niewątpliwie prowokacja w polityce budzi odrazę, bowiem niszczy człowieka i jego wartości w podstępny nieraz sposób (słynny przykład uwodzenia posłanki, by sprowokować jej skłonności korupcyjne).

A jednak dzięki pewnemu rodzajowi prowokacji, jak wskazują Tomasz Witkowski i Paweł Fortuna, udaje się ratować ludzi: choćby nie spychać ich na margines życia społecznego przyklejaniem stale jeszcze obarczającej lękiem, etykiety choroby psychicznej (prowokacja Rosenhana, 1973). Tomasz Witkowski postanowił dokonać podobnej akcji na łamach *Charakterów*, popularnonaukowego pisma psychologicznego, czytane przez około 60 tysięcy odbiorców (w 38-milionowym narodzie). Unikając pejoratywnego znaczenia słowa prowokacja, uznał ją za rodzaj metodologii obejmującej „obszar obserwacji uczestniczącej, czy eksperymentu naturalnego” (Witkowski i Fortuna, 2008), co wydaje mi się pewnym nadużyciem.

Z drugiej strony prowokacja owa wymierzona była jednak (tak odbieram intencje Autora) nie tyle w zwykłych odbiorców pisma, co raczej w pseudopsychoterapeutów, psychobiznes. Zgadzam się całkowicie ze zwalczaniem owego kryminalnego procederu żerowania na heurystykach i automatyzmach, manipulowania umysłami ludzi w potrzebie, wzbudzania „iluzji, które pozwalają żyć” (Kofta i Szutrowa, 2007), by uzyskiwać korzyści materialne. Trzeba oddzielić szamanów, okultyzm i magię od rzetelnych i sprawdzonych empirycznie metod pomocy terapeutycznej. Iluż ludzi ciężko chorych zaniechało przepisane przez medycynę leczenia i zginęło, poddając się sprytnym iluzjonistom–pseudoterapeutom, np. leczących wzrokiem, dotykiem itp. Dramatyzm ulegania pseudopsychoterapeutom narzuca się sam.

Jednak z podobnymi zjawiskami, choć nie tak drastycznymi, spotykamy się na co dzień: któż z nas nie pokusił

Hanna Brycz, Instytut Psychologii, Uniwersytet Gdański, ul. Pomorska 68, 80-343 Gdańsk, e-mail: psyhb@univ.gda.pl

się o kupno pięknie opakowanego i nieprzydatnego produktu? Lub nie kupował w aptece(!) wspaniałych preparatów na odzyskanie młodości, gęstych włosów itp. (badania o wpływie choćby witamin na poprawę stanu zdrowia osób po zawale wskazują, że preparaty te działają jak placebo – informacja własna od lekarzy uczestniczących w programach badawczych).

Czy jednak chlubne intencje Autora nie ugodziły w dobre imię *Charakterów*? Dlaczego Tomasz Witkowski nie umówił się wcześniej z redaktorem naczelnym pisma i nie zaproponował mu przeprowadzenia prowokacji – zyskałyby wówczas obydwie strony. Czy o tym nie pomyślał? Czy bał się odmowy? Zachowując się nieetycznie wobec pisma, Tomasz Witkowski niszczy swoje dobre imię. Każdy psycholog pomyśli w tym momencie o motywie autoprezentacji (Szmajke, 1996), nagłaśnianiu własnego nazwiska, zdobywaniu sławy – kosztem innych. Taka jest zresztą definicja prowokacji...

Można fantazjować, jak na oryginalny prowokatorski tekst Tomasza Witkowskiego zareaguje rzesza Polaków. Większość osób odpowie: a co to mnie obchodzi? Ciężko pracujący ludzie zareagują: że też ktoś zarabia na pisaniu takich bzdur? Pseudopsychoterapeuci powiedzą: wreszcie ktoś dba o nasze interesy. A rzetelni terapeuci może smartwią się, że czegoś jeszcze nie wiedzą?

Prowokacja....???

Czystość

Znany w nauce efekt asymetrii w postrzeganiu siebie – raczej w kategoriach sprawności a innych ludzi – raczej w kategoriach moralności (Wojciszke, 1997) widać wyraźnie w dyskutowanym tekście. Autorzy opisują siebie w domenie sprawności (prowokacja dziennikarska staje się rodzajem metodologii). Mocują własne działania w inicjowanych już wcześniej prowokacjach (inni też wykazywali sprawność). Przytaczają wyniki własnych próbek sondaży, dotyczących tekstu–prowokacji, co wzmacnia postrzeganie artykułu w kategoriach sprawności, choć *de facto* wyniki pokazują efekt pozytywności w ocenach.

W przypadku analizowanych przez Autorów reakcji odbiorców prowokacji, używają oni terminu „czyści naukowcy”, by rozdzielić grupę osób zajmujących się zawodowo nauką od pozostałych czytelników *Charakterów*. Zarówno taki podział wydaje się mało poprawny politycznie – wszak wiele osób poza instytucjami naukowymi rozwija swoje pasje – jak i słowo „czysty” niezbitnie wiąże się z moralnością. Badania Tetlocka i współpracowników (2000) wskazują, że ludzie mają skłonność do reagowania obrzydzeniem fizycznym i stosują różne strategie oczyszczania się, gdy napotykają czyny niemoralne (*unthinkable immoral deeds*).

Co więcej, odnoszę ze zdziwieniem wrażenie, że dla Tomasza Witkowskiego prawdziwie czysty naukowiec to taki, który pozytywnie zareagował na jego prowokację. Otóż Tomasz Witkowski i Paweł Fortuna dzielą strategię radzenia sobie z tą prowokacją, stosowane przez mniej lub bardziej czystych uczonych na: zbliżone do siebie przemilczanie i reorientację (atak na Autora). W opisie tych strategii pojawiają się takie zdania retoryczne: „Czy obojętna postawa wobec takich wydarzeń nie świadczy przypadkiem o bardzo słabej kondycji etosu uczciwości naukowej?” lub: „nauczyciele akademicy (...) postępują tak samo, kiedy na ich oczach popełniana jest zbrodnia przeciwko wartościom stanowiącym istotę nauki”; „takie postawy środowiska naukowego zapalają zielone światło wszelkim odmianom szarlatanerii”. Strategia biernego aprobaty także niesie moralne konotacje: „Obawiamy się, że postawa bierna będzie owocować takimi samymi konsekwencjami, jak opisana wcześniej strategia przemilczania”. Dopiero strategia eksploatacyjna okazuje się słuszną moralnie: strategia zgodna z intencjami autora prowokacji, a jednocześnie w najmniejszym stopniu reprezentowana przez środowisko psychologów. Przejawem tej strategii jest zaproszenie wystosowane przez redaktora naczelnego *Psychologii Społecznej* do poświęcenia jednego wydania pisma prowokacji Witkowskiego i reakcji środowiska naukowego na ową prowokację, zaproszenie do opublikowania opisu problemów, które prowokacja ujawniła, wystosowane przez redaktora naczelnego kwartalnika *Nauka*, zainicjowanie dyskusji nad problemem przez przewodniczącego KNP PAN, zaproszenie na konferencję poświęconą pseudonauce. Pozostawiam bez komentarza ten akapit.

Uczeni

W zamyśle Tomasza Witkowskiego proceder prowokacji, a przede wszystkim ujawnienie braku profesjonalizmu *Charakterów* powinno ośmieszyć szarlatanerię i dorobkiewiczostwo pseudoterapeutów, którzy rzeczywiście zbijają fortunę na ludzkiej naiwności.

Tymczasem w sposób czysto naukowy już dawno opisano pułapki wpływu społecznego (Cialdini, 1994) czy techniki wpływu społecznego (Doliński, 2005). Książki te obfitują w przykłady naiwności ludzkiej i szarlatanerii manipulatorów. Liczba publikacji dotyczących perswazji i przekonywania (nawet na polskim rynku) wydaje się ogromna, poza podręcznikami pod redakcją Strelaua (np. Lewicka, 2000), np. Pratkanis i Aronson, (2003). Co więcej, literatura dotycząca kłamstwa jest również dostępna: Ekman (2003), Walters (2002), Witkowski (2007). Dlaczego naukowa wiedza nie chroni ludzi przed ciągłym popełnianiem tych samych błędów? Rozumiem, że

krąg odbiorców owych książek jest jeszcze węższy niż czytelników czasopisma *Charaktery*. Istnieje jednak inna przyczyna, która sprawia, że np. adepci statystyki ulegają złudzeniu prawdopodobieństw złożonych, a psychologowie społeczni fundują kolejne datki alkoholikom, zaś pewien profesor psychologii społecznej, poproszony przez nieznanego o portfel – automatycznie poń sięgnął (rzeczywiste zdarzenie). Przyczyną, która blokuje korzystanie z wiedzy psychologicznej, jest automatyczny motyw autowaloryzacji Ja (Wojciszke, 2002). Patrzymy na świat i siebie przez różowe okulary, oczekujemy korzystnych, a nie złych wydarzeń (Peeters, 1971), dążymy do celów i je realizujemy (Higgins, 1996), korzystamy z heurystyk i automatyzmów wypracowanych ewolucyjnie (Buss, 2001). Wszystko po to, by przetrwać. Na nic przekonywanie dojrzałych ludzi o tym, że ich myślenie jest tendencyjne. Owszem – przyznają – sąsied tak, błędnie sądzi, ale ja...? (sprawdzałam w wielu badaniach, że tak jest; Brycz, 2004).

Co zrobić, by odebrać władzę manipulatorom, pseudoterapeutom, naciągaczom? Otóż: zmienić prawo. Nauczyła nas tego psychologia. Około 200 lat temu nikt nie wyobraziłby sobie afroamerykanina jako prezydenta USA. A jednak stało się! Zniesienie segregacji rasowej (ustawą prawną) 3 lipca 1964 roku doprowadziło do czegoś niewyobrażalnego: zmniejszenia uprzedzeń i złagodzenia stereotypów (*fading effect*, za: Mądrzycki, 1986), czyli do rzeczywistej zmiany przekonań i uczuć większości społeczeństwa Stanów Zjednoczonych.

Zanim do tego doszło, wielu poświęciło życie, by zmienić świat na lepsze. Chcę myśleć, że Autorzy należą do takich osób i zachęcam ich – może na bazie „rozdmuchanej” prowokacji – do podejmowania realnych działań naprawczych, tj. walki o stworzenie takich regulacji prawnych, które ostro odgraniczą psychobiznes od długo ćwiczonej i rzetelnie prowadzonej psychoterapii. Serdecznie życzę powodzenia w realizacji tak trudnej sprawy, a po cichu liczę na działanie pułapki konsekwencji i zaangażowania – skoro tyle ataków i wojen przeżyli Autorzy w imię polepszenia świata psychologii naukowej, to może znajdą siły na walkę o poprawę prawa w tej dziedzinie i narzędzi jego egzekwowania.

LITERATURA CYTOWANA

- Brycz, H. (2004). *Trafność w spostrzeganiu własnych i cudzych zachowań*. Kraków: Impuls.
- Buss, D. M. (2001). *Psychologia ewolucyjna*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Cialdini, R. (1994). *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Doliński, D. (2005). *Techniki wpływu społecznego*. Warszawa: Scholar.
- Ekman, P. (2003). *Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i małżeństwie*. Warszawa: PWN.
- Higgins, E. T. (1996). The „Self Digest”: self-knowledge serving self-regulatory functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71 (6), 1062–1083.
- Kofta, M., Szutrowa, T. (2001). (red.), *Złudzenia, które pozwalają żyć*. Warszawa: PAN.
- Lewicka, M. (2000). Procesy atrybucji. W: J. Strelau (red.), *Psychologia: Jednostka w społeczeństwie i elementy psychologii stosowanej*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Mądrzycki, T. (1986). *Deformacje w spostrzeganiu*. Warszawa: PWN.
- Persuad, R. (2006). *Pozostać przy zdrowych zmysłach. Jak nie stracić głowy w stresie współczesnego życia*. Warszawa: Jacek Santorski & Co Agencja Wydawnicza.
- Peeters, G. (1971). The positive-negative asymmetry: On cognitive consistency and positivity bias. *European Journal of Social Psychology*, 1 (4), 455–474.
- Rosenhan, D. L. (1973). On being sane in insane places. *Science*, 179 (70), 250–258.
- Pratkanis, A., Aronson, E. (2003). *Wiek propagandy*. Warszawa: PWN.
- Sokal, A. (1996). Transgressing the boundaries: Toward a transformative hermeneutics of quantum gravity. *Social Text* 46/47, 217–252.
- Szmajke, A. (1996). *Samoutrudnianie jako sposób autoprezentacji*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Tetlock, P. E., Kristel, O., Elson, S. B., Green, M. C., Lerner, J. S. (2000). The psychology of the unthinkable: taboo trade offs, forbidden base rates, and heretical counterfactuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (5), 853–870.
- Walters, S. (2002). *Kłamstwo, cała prawda o...* Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Wielka Współczesna Encyklopedia (1999), t. 5, hasło „prowokacja”, s. 350. Warszawa: PWN.
- Witkowski, T. (2007). Modne bzdury wciąż modne. *Nauka*, 4, 149–157.
- Wojciszke, B. (1997). Emocje związane z moralną i sprawnościową interpretacją zachowań własnych i cudzych. *Przegląd Psychologiczny*, 40 (1–2), 137–156.
- Wojciszke, B. (2002). *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

On provocation, purity and scientists

Hanna Brycz

Institute of Psychology, Gdańsk University

Abstract

The main goal of the commentary is to understand and evaluate the authors' motives hidden behind their publication of the text on psycho-business in the Polish popular magazine "Charaktery". The text, in fact a controversial provocation, may be evaluated in terms of competence and morality. While trying to understand Witkowski's and Fortuna's motives underlying the provocation, I also encourage the Authors to work towards improvement of Polish law concerning psychotherapy.

Key words: provocation, psycho-business, self-presentation, competence and morality domains