

Odnaleźć się w gąszczu ofert

Psychologia ekologiczna dla bardzo początkujących

Dawid Lubiszewski

Zakład Filozofii Nauki, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
dawidlubiszewski[at]gmail.com

Przyjęto: 5 listopada 2012; zaakceptowano: 23 listopada 2012; opublikowano: online 31 grudnia 2012

Abstrakt

Niniejsze wprowadzenie ma na celu możliwie uproszczoną i zachęcającą do dalszej lektury prezentację psychologii ekologicznej wraz z charakterystycznymi dla niej zagadnieniami, takimi jak: relacja zwierzę-środowisko, pojęcie oferty, rola narzędzia czy też kategoria agenta. Jednocześnie przedstawiona zostaje pokrótce rola najważniejszego przedstawiciela (jak i pioniera) tej dziedziny: Jamesa J. Gibsona.

Słowa kluczowe: psychologia ekologiczna; Gibson; oferta; afordancja; środowisko.

Koncepcję psychologii ekologicznej zainicjował i rozwijał James Jerome Gibson w opozycji do popularnych w owym czasie teorii kognitywizmu i behawioryzmu. Badacz ten zwracał uwagę na to, że przedmiotem badań psychologa percepcji nie może być jedynie mózg. Co więcej – argumentuje on, że właściwym przedmiotem badań jest zwierzę wraz ze środowiskiem, w którym funkcjonuje (Gibson 1979¹⁴: 1). Zwierzę i środowisko tworzą specyficzną relację, która znajduje się w centrum badań psychologii ekologicznej. Dalszy, pogibsonowski rozwój teorii rozszerza jedną z części pary zwierzę-środowisko: zastępuje zwierzę agentem. Agent bowiem nie określa jednoznacznie, czy przedmiotem badań jest żywy naturalny organizm (na przykład człowiek), czy też jednostka sztuczna (na przykład robot) działająca w pewnym konkretnym środowisku. Współcześnie teoria ekologiczna stała się przedsięwzięciem interdyscyplinarnym, gdyż łączy ze sobą nie tylko takie dziedziny jak psychologia, filozofia czy robotyka, ale posiada również wiele wspólnego między innymi z ucieleśnionym, rozszerzonym i usytuowanym poznaniem.

¹⁴ Gibson, J. J. 1979. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Zagadnienie percepcji było punktem wyjścia dla rozważań Gibsona. Odrzucił on i zwalczał klasyczne teorie percepcji, które zakładały, że w procesie percepcji tworzymy obraz świata w swojej głowie, a reprezentacje mentalne w jakiś tajemniczy sposób pełnią funkcję pośrednią, gdyż z jednej strony są „w głowie” podmiotu, a z drugiej reprezentują coś, co jest na zewnątrz, czyli przedmiot. Percepcja zdaniem Gibsona zachodzi bezpośrednio i natychmiastowo. Co w takim razie stanowi przedmiot percepcji? Na to pytanie odpowiem w dalszej części tego wprowadzenia.

Para agent-środowisko jest właściwym przedmiotem badań psychologów ekologicznych. Przykładowo: jeśli naszym agentem jest człowiek (na przykład mieszkaniec europejskiego miasta), to badamy go z uwzględnieniem środowiska, w którym żyje. Informacja o tym, że jest to mieszkaniec miasta, jest tutaj niezwykle istotna. Ponieważ zaś badane jest pewne konkretne środowisko w odpowiedniej skali, oznacza to, że dla mieszkańca miasta w skład jego środowiska wchodzić będą schody, drzwi, budynki, taksówki, autobusy, psy, inni ludzie i tak dalej, jak również zdarzenia takie jak korek drogowy, awaria dostawy prądu, zamieszki uliczne – a nie atomy, protony, planety czy galaktyki. Jego środowisko będzie różniło się w pewnym stopniu od środowiska mieszkańca wsi (europejskiej czy afrykańskiej). Ten z pozoru oczywisty fakt był przez długi czas ignorowany w badaniach nad ludzką percepcją i działaniem. Gibson oddzielił więc środowisko, w którym funkcjonuje agent, od środowiska będącego przedmiotem badań fizyków, chemików itp. Skala, w jakiej badany jest agent, nie dotyczy jedynie wymiarów fizycznych, ale również czasu. W jednych jednostkach czasu badane są zjawiska przez fizyków, a w innych funkcjonują na co dzień ludzie żyjący w mieście. Agent tworzy ze środowiskiem, w którym działa, nierozzerwalną parę. Elementy tej pary wpływają na siebie nawzajem. Oto wchodząc do budynku, bez większych problemów odpowiemy na pytanie, jakie organizmy w nim mieszkają, a dokonamy tego na podstawie wysokości i szerokości drzwi, rozmieszczenia przedmiotów – na przykład wysokości klamki czy wyłączników – o ilości okien, rodzaju krzeseł itp. Zadanie to oczywiście jest ułatwione, gdyż tego rodzaju środowisko jest nam dobrze znane, dlatego z łatwością odróżnimy pokój gościnny od sypialni czy pokoju dla dziecka.

Powyższe uwagi należy uzupełnić o jeszcze jedną: agent żyje w środowisku, które go otacza. Oznacza to, że środowisko, o którym mówimy, jest konkretnym środowiskiem „tu i teraz”, we właściwej skali fizycznej i czasowej. Akcent na „tu i teraz” nie jest przypadkowy, gdyż środowisko to jest otoczeniem, a więc wszystkim tym, co znajduje się w pobliżu agenta. Ponieważ agent jest zdolny do lokomocji, więc się przemieszcza, zmianie ulega również środowisko, w którym działa. Takie postawienie sprawy pokazuje, iż badania przeprowadzane w laboratoriach nie uwzględniają wielu czynników i elementów środowiska. Badanie agenta jest więc zasadne tylko przy jednoczesnym badaniu jego środowiska.

Środowisko i agent nieustannie wpływają na siebie. Przykładowy „człowiek z miasta” idzie do banku. W skład jego otoczenia wchodzi między innymi: chodnik, krzewy, mijający go ludzie, samochody stojące przy chodniku, pojemnik na śmieci, skrzynka pocztowa. Przemierzając się zauważa, że krzewy, tworzące naturalną przeszkodę w przejściu na drugą stronę, zostały wyrwane w jednym miejscu. Przerwa pomiędzy

krzewami jest na tyle duża, że ów człowiek bez problemu przez nią przejdzie. Przechodząc przez tę lukę, wchodzi on na trawnik i skraca drogę dojścia do banku. Jeśli kolejny idący do banku człowiek również zauważy możliwość przejścia, to po kilku dniach środowisko ulegnie zmianie i na trawniku wydeptana zostanie ścieżka. Ten z pozoru banalny przykład pokazuje, w jaki sposób wpływamy swoim działaniem na nasze środowisko, ale także jak nasze środowisko wpływa na nas.

Powyższy przykład jest również istotny z jeszcze jednego powodu, mianowicie pozwala zrozumieć, czym są tak zwane oferty (*affordances*), o których mówią i piszą nie tylko zwolennicy podejścia ekologicznego. Pojęcie oferty wprowadził do dyskursu naukowego Gibson w 1977 roku w artykule zatytułowanym „The Theory of Affordances”. Natomiast w 1979 roku w słynnej książce *The Ecological Approach to Visual Perception* przedstawia on rozbudowaną teorię ofert. Co oznacza ten tajemniczy termin? Na samym początku chciałbym zaznaczyć, że termin *afordance* już częściowo zadomowił się w języku polskim, a tłumaczony bywa nie tylko jako „oferta” (najpopularniejszym „konkurentem” jest tutaj słowo „afordancja”). Jednakże sam Gibson zaznaczał, że potrzebował nowego terminu, gdyż żaden z użytkowanych w tym kontekście nie oddawał tego, co bardzo chciał w nim zawrzeć. Termin „oferta” zdaniem Gibsona odnosi się do agenta i środowiska zarazem. Zakłada również ich komplementarność (Gibson 1979: 129). Obecnie to wprowadzone przez Gibsona pojęcie definiowane jest na różne sposoby. Mówiąc jednak najogólniej: oferty określane są jako możliwości działania. Będąc bardziej precyzyjnym: mowa tutaj o możliwościach działania, na jakie pozwalają dane obiekty bądź środowisko dla wchodzącego z nimi w interakcje agenta. Nawiązując do poprzedniego przykładu, miejskiemu człowiekowi chodnik umożliwia stabilne poruszanie się, wyrwane krzewy pozwalają na przejście i tak dalej. Jak można zauważyć, niektóre z ofert są dla nas tak oczywiste, że o nich nie myślimy (jak na przykład powietrze umożliwiające oddychanie). Dla tych samych przedmiotów i agentów mogą istnieć różne oferty. Dla człowieka z miasta ściana stanowi naturalną przeszkodę, której nie może on pokonać. Jednak w szczególnym przypadku ściana umożliwia pisanie, gdy nie ma w pobliżu biurka lub przedmiotu do niego podobnego, na których można położyć papier. Podczas gry w piłkę ściana umożliwia odbijanie się od niej przedmiotów. I tak dalej. Gibson, pisząc o działaniach, jakie umożliwiają przedmioty i środowisko danym agentom, efektownie obrazuje, wręcz bawi się słowami, dzięki czemu dla anglojęzycznego czytelnika teoria ta jest łatwiejsza do zrozumienia. W nawiązaniu do ofert pisze on o przedmiotach, które są: chwytalne (ang. *graspable*), takie, pod które można wejść (ang. *get-underneath-able*), umożliwiające cięcie (ang. *cuttable*). Z tego powodu niektóre z tych względnie prostych w zrozumieniu określeń anglojęzycznych nie są szczególnie podatne, bez utraty dobitnie wyrazistego pierwotnego znaczenia, na polski przekład. W każdym razie: agent nie postrzega fizycznych właściwości obiektów, ale działania przez nie mu umożliwiane.

Przedmioty, które wchodzi w skład środowiska, mogą umożliwiać różne działania. Natomiast te, którymi manipulujemy – jak narzędzia – wchodzi w jeszcze bardziej złożoną interakcję z agentem. Bowiem w momencie posługiwania się przedmiotem w niektórych przypadkach staje się on „częścią” agenta. Mieszkaniec miasta może postrzegać odzież jako przeszkodę w poruszaniu się, jeśli chce szybko przejść przez ba-

zar czy sklep pełen odzieży, i musi przepychać się pomiędzy wieszakami obwieszonymi ubraniami. W tym przypadku odzież jest czymś zupełnie zewnętrznym dla agenta. Jednak ubranie, które nosi na sobie ów agent, nie jest percypowane jako przeszkoda w działaniu, a raczej jako coś, co stanowi część agenta, co chroni przed słońcem bądź zimnem, bądź też urazami, coś, co jest „drugą skórą”. Podobnie sprawa wygląda z posługiwaniem się narzędziami, gdyż podczas tego rodzaju działania narzędzia traktowane są jako części ciała agenta (co potwierdziły późniejsze badania dokonywane przez neuronaukowców i psychologów na małpach i ludziach).

Łatwo jest popaść w nadmierne uproszczenia podczas przybliżania ludziom psychologii ekologicznej. Wówczas może nam umknąć to, co naprawdę istotnego i do dziś aktualnego wniósł Gibson do nauki. A przecież psychologia ekologiczna dostarcza tylu inspiracji dla wielu subdyscyplin rozwijanych chociażby we współczesnej kognitywistyce.

Dalsza lektura:

1. Teksty zamieszczone w tym numerze czasopisma *AVANT*.
2. Lubiszewski, D. (red.). 2012. Wybrana literatura na temat ofert. *AVANT* 2/2012.
3. Publikacje autorów prezentowanych w czasopiśmie *Ecological Psychology*.