

Pokazy Wydziału Psychologii UW w 2017 roku - Wyniki badań

dr Aleksandra Świderska, dr Karolina Hansen

W tym roku Wydział Psychologii prezentował na Pikniku dwa pokazy:

1. Dlaczego nie chcemy jeść brzydkich warzyw i owoców?

2. Marchewka Basia: Czy możemy zwiększyć naszą empatię w stosunku do warzyw?

1. Brzydkie warzywa i owoce



Wprowadzenie

Na Ziemi wiele osób cierpi głód, a jednocześnie 30% wyprodukowanej żywności nigdy nie zostaje zjedzona. To nie tylko szkoda społeczna, ale i marnowanie ograniczonych zasobów Ziemi. Warzywa i owoce, które nie spełniają kryteriów wielkości, koloru i kształtu nie są kupowane od rolników i gniją na polach.

Badanie na potrzeby pokazu

W naszym pokazie badaliśmy czy i dlaczego nie chcemy jeść asymetrycznych warzyw i owoców. Badaliśmy, jakie mechanizmy psychologiczne mogą się za tym kryć. Badania nad postrzeganiem twarzy pokazują, że wolimy twarze symetryczne, ponieważ asymetria może świadczyć o chorobie, a osób chorych czy z wadami genetycznymi ewolucyjnie chcemy unikać (Grammer, Thornhill, 1994). W naszym pierwszym pokazie sprawdzaliśmy czy podobne mechanizmy

mogą być bardziej ogólne i mogą przekładać się na nasze reakcje na nietypowe dary natury.

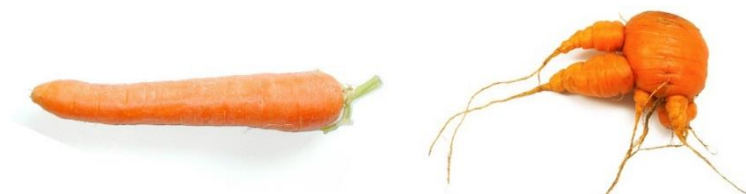
Na początku pokazu jego uczestnicy i uczestniczki odpowiadali na pytania skali mierzącej indywidualną skłonność do odczuwania obrzydzenia w różnych sytuacjach. Badania pokazują, że różnice w łatwości wywoływania obrzydzenia są związane np. z poglądami politycznymi (osoby konserwatywne są wrażliwsze na obrzydzenie) i ze stosunkiem do niektórych grup społecznych, np. do bezdomnych (Hodson, Costello, 2007). Dlatego następnie osoby powyżej 16-go roku życia odpowiadały też na pytania o ich poglądy polityczne (tj. czy bliższe są im poglądy lewicowe czy prawicowe).

Wyniki

W tym pokazie wzięło udział 409 osób w wieku od 6 do 70 lat (średnia wieku wyniosła 18 lat)! Wszystkim dziękujemy!

Wyniki pokazały, że im bardziej dana osoba była wrażliwa na obrzydzenie, tym bardziej oceniała nietypowe owoce i warzywa jako niesmaczne. Wrażliwość na obrzydzenie zmniejszała też chęć zjedzenia owoców i warzyw o normalnych kształtach, ale ta tendencja była słabsza niż w przypadku nietypowych warzyw i owoców. Tak więc nasze oczekiwania, że niechęć do nietypowych warzyw i owoców będzie związana z obrzydzeniem raczej się potwierdziły, choć nie spodziewaliśmy się zależności obrzydzenia z postrzeganiem smakowitości typowych warzyw i owoców. Zależność ta jednak nie była silna. Nie stwierdziłyśmy związku obrzydzenia z poglądami politycznymi. Za to, co ciekawe, dzieci i młodzież oceniały wszystkie owoce i warzywa, te ładne i te nietypowe, jako mniej smaczne niż dorośli. Czyżby dzieci nie lubiły owoców i warzyw? Oby nie! Na pewno lubiły marchewkę Basię...

2. Empatia do marchewki Basi



Wprowadzenie

Badania psychologiczne pokazują, że mamy naturalną tendencję do przypisywania cech ludzkich wielu nie-ludzkim istotom oraz do wyjaśniania ich zachowań jako wynikających z motywacji i emocji podobnych do tych, jakimi

zwykle kierują się ludzie. Proces ten nazywamy antropomorfizacją. W życiu codziennym spotykamy się z nim na przykład w stosunku do zwierząt, szczególnie domowych. Z łatwością antropomorfizujemy również bóstwa, zjawiska naturalne (np. pogodowe), a nawet przedmioty (np. komputery). Pozwala nam to na lepsze zrozumienie tego, co dzieje się wokół nas i daje nam to większe poczucie kontroli nad naszym środowiskiem (Epley, Waytz, Cacioppo, 2007).

By antropomorfizowanie było możliwe, musimy otrzymać jakiś “sygnał społeczny” od antropomorfizowanego zwierzęcia czy przedmiotu. Najsilniejszym sygnałem jest posiadanie wyglądu podobnego do ludzkiego – na taki wygląd (zwłaszcza twarz i oczy) spontanicznie reagujemy w najbardziej społeczny sposób, czyli tak, jakbyśmy reagowali na drugiego człowieka w interakcji z nim. Ludzka skłonność do antropomorfizowania jest tak automatyczna, że odpowiadamy społecznie nawet na minimalne sygnały społeczne. Przykładem takiego minimalnego sygnału jest posiadanie imienia. Niedawne badanie z użyciem elektroencefalografii (czyli pomiaru elektrycznej czynności mózgu) pokazało, że wystarczy nadać imię czemuś tak niepodobnemu do człowieka jak bakłażan, aby wywołać antropomorfizowanie. W tym badaniu ludzie wykazywali wyższy poziom empatii do warzyw, które miały imię, gdy te zdawały się doświadczać bólu podczas ukłucia igłą (Vaes, Meconi, Sessa, Olechowski, 2016).

Badanie na potrzeby pokazu

Powyższe badanie stało się inspiracją do naszego drugiego pokazu podczas Pikniku Naukowego. Postanowiłyśmy sprawdzić w nim, czy nadanie imienia warzywu, w tym przypadku marchewce, i krótka interakcja z nim będą wiązały się z przypisywaniem marchewce cech typowo ludzkich w większym stopniu niż bez elementów nadania imienia i interakcji. Co więcej, chciałyśmy sprawdzić, czy antropomorfizacja doprowadzi do wzmocnienia reakcji emocjonalnych na obieranie marchewki (czyli, jak we wcześniejszym badaniu, potencjalne zadawanie jej bólu).

W ramach pokazu uczestnicy i uczestniczki wypełniali krótki kwestionariusz. Przygotowałyśmy dwie wersje kwestionariusza: połowa osób dostawała pierwszą wersję, a połowa drugą. W obu znalazły się takie same pytania, ale w różnej kolejności. Na początku pierwszej wersji umieściłyśmy skalę antropomorfizacji marchewki (*W jakim stopniu marchewka może myśleć/ umie coś zaplanować/ ma wolną wolę/ jest świadoma samej siebie/ odczuwa emocje?*). Następnie uczestnicy i uczestniczki wybierali marchewkę, wymyślali imię dla niej i opisywali lub rysowali, w jaki sposób trafiła na Piknik. Potem

obierali i myli ją. Na koniec oceniali swoje emocje podczas obierania i mycia. Druga wersja kwestionariusza zaczynała się od interakcji z wybraną marchewką, natomiast ocena cech ludzkich marchewki następowała w drugiej kolejności. W ten sposób mogliśmy porównać stopień antropomorfizowania marchewki przez i po nadaniu jej imienia.

Wyniki

W pokazie wzięło udział 80 osób. Kobiety stanowiły 66% osób uczestniczących, a mężczyźni 34%. Osoby te miały od 5 do 67 lat; średnia wieku wyniosła 17 lat.

Skala antropomorfizacji została przetłumaczona z języka angielskiego i zaadaptowana na potrzeby Pikniku. Choć nigdy wcześniej nie używałyśmy tej skali w badaniu w języku polskim, to przeprowadzone analizy pokazały, że skala się sprawdziła - dobrze zmierzyła konstrukt, który nas interesował, czyli antropomorfizację. Dzięki Piknikowi dowiedziałyśmy się zatem, że skala może okazać się użyteczna także w przyszłych badaniach.

Średnia odpowiedzi na pytania o antropomorfizację marchewki wyniosła 2,1 (na skali od 1 do 5, gdzie większe liczby oznaczały silniejszą antropomorfizację). Ogólna skłonność do antropomorfizacji była więc dość niska, ale wyższa niż sam dół skali. Dalsze analizy ujawniły, że młodszy uczestnicy i uczestniczki pokazu wykazywali istotnie silniejszą skłonność do antropomorfizacji w porównaniu do starszych osób.

Kolejne analizy statystyczne wykazały, że osoby, które najpierw nadawały imię marchewce, nie antropomorfizowały marchewki bardziej od osób, które nadawały jej imię dopiero po ocenie. Nie znalazłyśmy także związków między nadaniem marchewce imienia a intensywnością reakcji emocjonalnych na jej mycie i obieranie. Nasza manipulacja okazała się nieskuteczna - zważywszy na nieco chaotyczne warunki pokazu piknikowego (zupełnie nie przypominające rygorystycznych warunków laboratoryjnych), nie było to dla nas niespodzianką.

Podsumowanie

Podczas Pikniku Naukowego stanowisko Wydziału Psychologii odwiedziły setki osób. Bardzo wszystkim dziękujemy! Najważniejszy był dla nas kontakt z odwiedzającymi osobami i pokazanie im psychologicznych badań naukowych. Przy okazji był to pierwszy krok do zrozumienia, dlaczego wiele osób nie chce jeść nietypowo wyglądających warzyw i owoców. Mamy nadzieję, że nasze pokazy wzbudziły refleksję nad marnowaniem żywności i pomogą zmniejszyć to marnowanie przynajmniej wśród osób, które odwiedziły nas na pikniku.

Literatura

Artykuły, na których się opierałyśmy, dostępne są przez wyszukiwarkę Google Scholar <https://scholar.google.pl/>

Epley, N., Waytz, A., Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114, 864-886.

Hodson, G., Costello, K. (2007). Interpersonal disgust, ideological orientations, and dehumanization as predictors of intergroup attitudes. *Psychological Science*, 18, 691-698.

Grammer, K., Thornhill, R. (1994). Human (*Homo sapiens*) facial attractiveness and sexual selection: The role of symmetry and averageness. *Journal of Comparative Psychology*, 108, 233–242.

Vaes, J., Meconi, F., Sessa, P., Olechowski, M. (2016). Minimal humanity cues induce neural empathic reactions towards non-human entities. *Neuropsychologia*, 89, 132-140.

Skala antropomorfizacji:

Epley, N., Akalis, S., Waytz, A., Cacioppo, J. T. (2008). Creating social connection through inferential reproduction: Loneliness and perceived agency in gadgets, gods, and greyhounds. *Psychological Science*, 19, 114-120.

Skala oceny emocji:

Bradley, M. M., Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: the self-assessment manikin and the semantic differential. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 25, 49-59.