

PSYCHOLOGICZNE DETERMINANTY WYBORU ŚRODKA TRANSPORTU W CODZIENNYCH PODRÓŻACH MIEJSKICH¹

MAGDALENA
WYSZOMIRSKA-GÓRA

mgr, Instytut Psychologii
Uniwersytetu Gdańskiego,
Zakład Psychologii Społecznej,
ul. Bażyńskiego 4, 80-952 Gdańsk,
email: psymwg@univ.gda.pl

Streszczenie. Postępujący wzrost wykorzystania samochodów w codziennych podróżach miejskich stanowi istotne zagrożenie dla środowiska naturalnego, stojąc na przeszkodzie realizacji planów zrównoważonego rozwoju aglomeracji miejskich. Zrozumienie przyczyn, z powodu których ludzie preferują samochód ponad pozostałe środki transportu miejskiego w swoich codziennych podróżach oraz tego, w jaki sposób można kształtować ich zachowania komunikacyjne, stanowi istotne wyzwanie dla samorządów i jednostek zarządzających transportem miejskim. Dziedziną nauki, z której można zaczerpnąć wiedzę na temat ludzkich zachowań, także w odniesieniu do wyboru środków transportu, jest psychologia. Przegląd literatury wskazuje na liczne czynniki i mechanizmy psychologiczne pomijane przez modele mikroekonomiczne, które wpływają na codzienne decyzje transportowe jednostek. Za szczególnie istotne można uznać wnioski wypływające z badań prowadzonych w dziedzinie psychologii społecznej i środowiskowej, zajmujących się szeroko pojętym wpływem społecznym, oraz relacjami jednostki z jej otoczeniem. Pierwszą z omawianych grup czynników stanowią ludzkie postawy i ich wpływ na decyzje podejmowane przez jednostki. W dalszej kolejności analizowana jest rola nawyków w codziennych zachowaniach człowieka. Następnie omawiane są odchylenia od racjonalności pojawiające się w codziennym ludzkim funkcjonowaniu, które leżą u podstaw poczucia satysfakcji i wyborów dokonywanych przez jednostki. Ostatnią grupę czynników stanowią procesy emocjonalne. Analizowany jest wpływ afektu związanego z podróżowaniem, potrzeby autonomii, przestrzeni osobistej oraz poczucia tożsamości na decyzje transportowe jednostek. Uwzględnienie wspomnianych grup czynników w przewidywaniu codziennych decyzji transportowych mieszkańców, jak również w kształtowaniu przekazów informacyjnych promujących korzystanie z usług komunikacji miejskiej, może przyczynić się do wzrostu liczby osób ograniczających codzienne użytkowanie samochodów osobowych. **Słowa kluczowe:** psychologia transportu, zrównoważony rozwój, ekologia, zachowania transportowe, transport prywatny, transport publiczny

Wprowadzenie

Praca, zakupy czy różnego rodzaju rozrywki są przestrzeniami oddalonymi od siebie obszarami ludzkiej aktywności. Aby móc w nich uczestniczyć, jednostki muszą się przemieszczać, używając w tym celu różnego rodzaju środków transportu. Samorządy próbują skutecznie zarządzać codziennymi zachowaniami komunikacyjnymi mieszkańców miast poprzez tworzenie odpowiednich planów zrównoważonego rozwoju.

Mają one na celu między innymi ograniczenie wykorzystania samochodów oraz skrócenie pokonywanych odległości w podróżach miejskich. Jednak jak wynika z badań, w ostatnich dekadach odnotowano znaczący wzrost udziału

sektora transportu prywatnego (nawet do 90 procent) w ogólnej liczbie przebytych kilometrów na mieszkańca w Europie Zachodniej². Jednocześnie, jak wskazują statystyki, aż 18 procent energii zużywanej przez gospodarstwa domowe pochłaniana jest przez transport³. W 2008 roku przeciętny Brytyjczyk spędził około 230 godzin w samochodzie, podczas gdy jedynie 70 godzin przeznaczył na spacerowanie, 40 godzin na podróżowanie autobusem, 30 godzin na przemieszczanie się pociągiem oraz zaledwie 10 godzin na jazdę na rowerze⁴.

Nadmierne używanie samochodów jako środka transportu do przemieszczania się po mieście niesie za sobą liczne negatywne skutki dla środowiska, tworząc istotne zagrożenie dla jakości życia miejskiego. Spaliny wydzielane przez samochody przyczyniają się w znaczącym stopniu do zanieczyszczenia powietrza. Zbyt częste korzystanie z prywatnych środków transportu prowadzi także do nadmiernego zagęszczenia ruchu drogowego i występowania kongestii, jak również przekłada się na pogorszenie stanu zdrowia jednostek poprzez brak ruchu na świeżym powietrzu. Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, którego celem jest poprawa jakości życia mieszkańców nie tylko w krótszej, ale przede wszystkim w dalszej perspektywie, obecny wzrost wykorzystania prywatnych środków transportu stanowi istotną przeszkodę w jego realizacji. Zrozumienie przyczyn, z powodu których ludzie preferują samochód ponad pozostałe środki transportu miejskiego w swoich codziennych podróżach oraz tego, w jaki sposób można kształtować i zmieniać ich zachowania komunikacyjne, stanowi istotne wyzwanie dla samorządów, jak i jednostek zarządzających transportem miejskim. Dziedziną nauki pomocną w rzuceniu nowego światła na wspomniane aspekty, jak i w skutecznym rozwiązaniu omawianego problemu, może być psychologia, ze szczególnym naciskiem na gałąź psychologii społecznej i środowiskowej.

Psychologia społeczna zajmuje się szeroko pojętym wpływem społecznym, czyli tym, w jaki sposób zachowanie, odczucia i sposób myślenia jednych ludzi wpływają na zacho-

² R. Gifford L. Steg, *The impact of automobile traffic on quality of life*. W: T. Gärling, L. Steg (Red.), *Threats from car traffic to the quality of urban life: Problems, causes, and solutions*, Elsevier, Amsterdam 2007, s. 33–52.

³ A. Reinders, K. Vringer, K. Blok, *The direct and indirect energy requirement of households in the European Union*, „Energy Policy”, 2003, Nr 31(2), s.139–153.

⁴ 2010 *British Social Attitudes survey: Attitudes to transport*. W: B. Gatersleben, *The psychology of sustainable transport*, „Psychologist” 2002, Nr 25 (9), s.76–79.

wanie, myśli i uczucia innych osób⁵. Teorie wywodzące się z tej dziedziny psychologii pozwalają na zdefiniowanie specyficznych czynników wpływających także na zachowania komunikacyjne poprzez odwołanie się między innymi do procesów poznawczych, postaw, nawyków, jak i aspektów emocjonalnych. Liczne teorie w psychologii społecznej postulują w przeciwieństwie do założeń modeli mikroekonomicznych, iż zachowanie ludzkie nie zawsze jest racjonalne, a podejmowane przez jednostki decyzje uwzględniają o wiele więcej czynników niż jedynie minimalizację kosztów i maksymalizację korzyści⁶. Z tego punktu widzenia konieczne jest wzięcie pod uwagę roli, jaką odgrywają środki prywatnego transportu we współczesnym społeczeństwie, ze szczególnym uwzględnieniem ich wartości wykraczających poza funkcje użytkowe, związane z przemieszczaniem się.

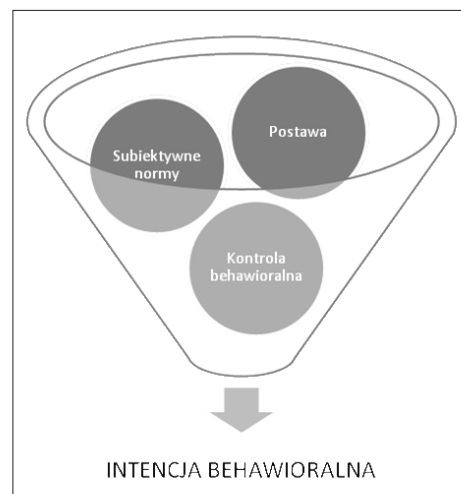
Psychologia środowiskowa, jako stosunkowo nowa gałąź psychologii, od ponad 30 lat zajmuje się zachowaniami prośrodowiskowymi, badając wpływ otoczenia fizycznego na człowieka i odwrotnie – oddziaływanie jednostki na środowisko. Dziedzina ta łączy wiedzę psychologiczną z wiedzą z zakresu innych nauk, takich jak geografia, socjologia, ekologia czy urbanistyka. Zajmuje się między innymi badaniem czynników związanych z oszczędzaniem energii, segregowaniem śmieci, recyklingiem, estetyką, ergonomią czy również wyborem środka transportu⁷.

Wiedza zaczerpnięta z obserwacji i badań psychologicznych może zatem stanowić swojego rodzaju przełom w rozumieniu i próbach kształtowania zachowań komunikacyjnych, zapewniając lepszy wgląd w faktyczne koszty i korzyści wypływające z wyboru określonych środków transportu. Jednocześnie stawienie czoła występującej obecnie w coraz to większym stopniu ludzkiej zależności od prywatnych środków transportu jest ideą wartą zarówno eksploracji, jak i promocji.

Rola postaw i wartości w zachowaniach transportowych

Znacząca liczba badań w dziedzinie psychologii środowiskowej prowadzona była w oparciu o zaczerpnięte z psychologii społecznej modele postaw takie jak teoria przemyślanego działania (*Theory of Reasoned Action, TRA*) Ajzena i Fishbeina czy będącą jej rozwinięciem teoria planowanego zachowania (*Theory of Planned Behaviour, TRB*) Ajzena⁸. Zgodnie z założeniami TRB najistotniejszym wyznacznikiem zachowania jest tzw. intencja behawioralna, determinowana przez takie czynniki jak postawa wobec określonego zachowania, subiektywne normy oraz spostrzegana kontrola behawioralna nad wykonywaną czynnością (rysunek 1). Postawa wobec danego zachowania to względnie trwała tendencja jednostki do przypisywania pozytywnej lub negatywnej wartości da-

nemu działaniu i jego konsekwencjom. Subiektywna norma odnosząca się do określonego działania nawiązuje do spostrzeganej przez jednostkę opinii znaczących dla niej osób na temat tego, czy dane działanie powinno w ogóle zostać podjęte. Wpływ opinii innych jest tym silniejszy, im większa jest motywacja jednostki do spełnienia ich oczekiwań i otrzymania akceptacji z ich strony. Natomiast kontrola behawioralna odnosi się do tego, w jaki sposób ludzie oceniają stopień trudności określonego działania i powiązany z nim poziom kontroli nad jego wykonaniem. Intencja behawioralna stanowi zatem innymi słowy odzwierciedlenie gotowości jednostki do podjęcia określonego działania w oparciu o wymienione czynniki. Im jest ona silniejsza, tym większe prawdopodobieństwo zaangażowania się przez daną osobę w określoną aktywność⁹.



Rys. 1. Czynniki składające się na intencję behawioralną wg teorii planowanego działania
Źródło: opracowanie własne na podstawie I. Ajzen, op.cit.

Wyniki badań sugerują, że ludzie są bardziej skłonni do ograniczenia użycia prywatnych środków transportu, jeśli uważają, iż jest to właściwy sposób postępowania, aprobowany przez innych oraz kiedy posiadają silniejsze normy moralne związane z ochroną środowiska i działaniem na rzecz dobra wspólnego¹⁰. W oparciu o założenia powyższego modelu zachowania komunikacyjne jako dobrowolne, świadomie zaplanowane przez jednostkę działania mogą być kształtowane przez zapewnienie jej dostępu do odpowiedniego typu informacji, która byłaby w stanie w istotny sposób wpłynąć na jej postawy.

Liczne badania wskazują jednak, że nie zawsze ludzkie postępowanie pozostaje w zgodzie z postawami i normami wyznaczanymi przez jednostki. Większość osób, które wybierają samochód jako jedyny środek codziennego transportu, w pełni zdaje sobie sprawę z faktu negatywnych skutków wiążących się z jego użyciem, a jednak niewiele robi, aby zmienić swój sposób postępowania. Teorią wyjaśniającą tego typu zachowanie jest należąca do jednej z naj-

⁵ B. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi: zarys psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009, s.17.

⁶ V. Van Acker, B. Van Wee, F. Witlox, *When Transport Geography Meets Social Psychology: Toward a Conceptual Model of Travel Behaviour*, „Transport Reviews”, 2010, Nr 30 (2), s. 219–240.

⁷ A. Baum, P. Bell, T. Greene, *Psychologia środowiskowa*, GWP, Gdańsk 2004, s. 10–17.

⁸ I. Ajzen, *The theory of planned behaviour*, „Organizational Behavior and Human Decision Processes”, 1990, Nr 50, s. 179–211.

⁹ Ibidem.

¹⁰ S. Bamberg, I. Ajzen, P. Schmidt, *Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit, and reasoned action*. „Basic and Applied Social Psychology”, 2003, Nr 25(3), s. 175.

ważniejszych koncepcji psychologicznych teoria dysonansu poznawczego Festingera [8]. Mówi ona o tym, że w sytuacji, w której pojawia się rozbieżność pomiędzy postawą danej jednostki a jej zachowaniem, wówczas występuje u niej stan nieprzyjemnego napięcia, o charakterze popędu, do którego jak najszybszego usunięcia będzie ona dążyć¹¹. Może to zrobić na dwa sposoby – zmieniając swoje zachowanie lub swoje przekonania. Często, jak się okazuje, zdecydowanie trudniej jest uczynić to pierwsze, w związku z czym ludzie po prostu przekształcają swój sposób myślenia tak, aby choćby nawet w irracjonalny sposób usprawiedliwić swoje postępowanie, przykładowo tłumacząc sobie, że skoro podejmują inne działania prośrodowiskowe, jak np. segregowanie śmieci, to mogą używać częściej samochodu. Ważne jest zatem, aby informacje na temat zanieczyszczenia środowiska kształtujące postawy mieszkańców były przekazywane im w taki sposób, aby trudno było spojrzeć na nie w alternatywny sposób oraz, aby ich zlekceważenie było w jak największym stopniu uniemożliwione. Jednocześnie istotne jest, aby wszelkiego rodzaju hasła zachęcające do zmiany środka transportu z prywatnego na publiczny brzmiały jak propozycja czy zachęta, a nie nakaz, gdyż zgodnie z założeniami psychologicznej teorii reaktancji, inaczej nazywanej „Efektem Bumerangowym” [9], człowiek reaguje skrajnie negatywnie na odebranie mu możliwości wyboru i podejmowania decyzji¹². W związku z tym nieodpowiednio sformułowane hasła propagujące określone idee mogłyby w efekcie doprowadzić do skutku odwrotnego od zamierzonego i umocnić jednostki w ich dotychczasowym sposobie postępowania.

Wpływ nawyków na decyzje dotyczące wyboru środka transportu

W swoich badaniach Kenyon i Lyons [11] odkryli, że ludzie w codziennym wyborze środków transportu są niezwykle nawykowi, co oznacza, iż w wypadku większości realizowanych podróży nie przeprowadzają procesu decyzyjnego, tylko przykładowo odruchowo sięgają po kluczyki do samochodu, nie biorąc nawet pod uwagę skorzystania z alternatywnych środków transportu publicznego¹³. W tym przypadku istnieje ryzyko, iż jednostki nie będą brały pod uwagę informacji docierających do nich z otoczenia, jak np. haseł z kampanii prośrodowiskowych, gdyż będą działały bez większego udziału świadomości. Kenyon i Lyons wskazują, że odpowiednio przekazana informacja może wpłynąć na wybór środka transportu, ale tylko pod warunkiem, że zminimalizowany zostanie „koszt” zaangażowania zasobów poznawczych w jej przetworzenie i włączenia jej do procesu decyzyjnego¹⁴. Innymi słowy, kolejnym wyznacznikiem skutecznego przekazu informa-

cyjnego jest jego możliwie jak największa prostota w bezpośredni sposób sugerująca ewentualną korzyść podjęcia określonego działania. Efekt włączenia nowych informacji do istniejących struktur wiedzy jest łatwiejszy do uzyskania w sytuacji, w której w świadomości jednostki utrzymują się przedatowane i błędne poglądy. Wówczas mogą one zostać szybko zastąpione przez informacje o nowych alternatywach i rozwiązaniach dla danego problemu, jak np. o nowo powstałych połączeniach komunikacyjnych, wprowadzeniu nowego ujednoliconego sposobu płacenia za korzystanie z usług transportu publicznego czy najnowszych wynikach badań mówiących o skróconym czasie przejazdu. Matthies, Kolckner i Preisner [12] posłużyli się w swoich badaniach nad zmianą nawyków transportowych strategią „rozmrzania nawyku”. U wybranej grupy osób badanych próbowali oni przełamać przyzwyczajenie do codziennego używania samochodu poprzez podarowanie im darmowego, miesięcznego biletu upoważniającego ich do korzystania ze środków komunikacji miejskiej¹⁵. Jak pokazały wyniki, przedsięwzięta strategia okazała się efektywna, co pozostaje w zgodzie z odkryciami Fujiego, Garlinga i Kitamury [13], którzy udowodnili, że nagła, silna zmiana sytuacyjna, jak np. konieczność odstawienia samochodu, może unieważnić dotychczasowe nawyki pod warunkiem, że doświadczenia z niej płynące są pozytywne, np. połączenia czy czas przejazdu transportem publicznym są w rzeczywistości lepsze, niż jednostka się tego spodziewała¹⁶.

Znaczenie satysfakcji kierowców samochodów i pasażerów transportu publicznego

Satysfakcja konsumencka wiąże się z określonymi usługami czy produktami, których celem jest zaspokojenie specyficznych potrzeb jednostek. Transport publiczny ma za zadanie zaspokojenie potrzeb jego użytkowników związanych z przemieszczaniem się z jednego miejsca do drugiego w sposób możliwie szybki, wygodny i bezpieczny. Badania przeprowadzone przez Frimana, Kristenssona i Pedersena [14] dotyczą szacowanego i rzeczywistego poziomu satysfakcji u osób na codzień korzystających i niekorzystających z komunikacji autobusowej¹⁷. Oparte zostały na założeniu, iż ludzie z reguły są w stanie trafnie przewidzieć, czy ich nastrojów podczas doświadczania określonego typu zdarzenia będzie pozytywny, czy też negatywny, jak również określić szczegółowy typ pojawiających się emocji (np. złości czy radości). Jednakże równocześnie charakteryzują się tendencją do częstego przeceniania lub niedoceniań poziomu swojej satysfakcji wpływającej z danego zdarzenia, jak również czasu trwania doświadczanego stanu zadowolenia lub nie-

¹¹ B. Wojciszke, op.cit., s. 52.

¹² Ibidem, s. 244.

¹³ S. Kenyon, G. Lyons, *The value of integrated multimodal traveler information and its potential contribution to modal change*. „Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour”, 2003, Nr 6(1), s. 1–21.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ E. Matthies, C. Kolckner, C. Preisner, *Applying a Modified Moral Decision Making Model to Change Habitual Car Use: How Can Commitment be Effective?* „Applied Psychology: An International Review” 2006, Nr 55 (1), s. 91–106.

¹⁶ S. Fujii, T. Gärling, R. Kitamura, *Changes in drivers' perceptions and use of public transport during a freeway closure: Effects of temporary structural change on cooperation in a real-life social dilemma*. „Environment and Behavior”, 2001, Nr 33(6), s. 796–808.

¹⁷ M. Friman, T. Pedersen, P. Kristensson, *Affective Forecasting: Predicting and Experiencing Satisfaction With Public Transportation*. „Journal of Applied Social Psychology”, 2011, Nr 41 (8), s. 1926–1946.

zadowolenia. Prawidłowość ta wynika z posługiwania się tzw. iluzją wstrząsu (*impact bias*) – powszechnie występującym w ludzkich procesach poznawczych odchyleniem od racjonalności, polegającym na przeszacowaniu długości trwania oraz intensywności spodziewanych stanów emocjonalnych (w szczególności antycypowanego poczucia zadowolenia)¹⁸. Celem badania było zweryfikowanie, czy występuje istotna różnica w poziomie spodziewanego poziomu satysfakcji z korzystania z publicznych środków transportu pomiędzy osobami na codzień korzystającymi z usług transportu publicznego i osobami przemieszczającymi się jedynie prywatnymi środkami transportu. Zgodnie z wynikami uzyskanymi przez badaczy, osoby nie korzystające regularnie z usług transportu publicznego szacują swój poziom satysfakcji związany z przemieszczaniem się tym transportem istotnie niżej niż jego stali użytkownicy, ponieważ nie posiadając bezpośrednich doświadczeń, muszą opierać się jedynie na własnych przypuszczeniach, w które może wkrąść się wspomniana iluzja wstrząsu¹⁹. Uzyskane rezultaty są spójne z wynikami badań Fujiego, Garlinga i Kitamury [13] pokazującymi, iż osoby charakteryzujące się silnym nawykiem do przemieszczania się jedynie samochodem mają wyraźną tendencję do przeszacowywania czasu podróży transportem publicznym, jak również posiadają zniekształconą wiedzę na temat transportu publicznego²⁰. Dzieje się tak, ponieważ skupiają się one jedynie na wybranych aspektach usług tego transportu, jak np. na punktualności czy wygodzie, pomijając całościowy kontekst codziennych podróży miejskich. Może natomiast okazać się, że czas dojazdu do wybranego miejsca autobusem czy koleją miejską jest w rzeczywistości krótszy, jeśli wziąć pod uwagę np. częsty problem z zaparkowaniem samochodu. Ponadto podczas podróży transportem publicznym można wykonywać równoległe jakąś inną czynność np. czytać, co uniemożliwione jest podczas prowadzenia samochodu.

Kolejnym mechanizmem psychologicznym oferującym wyjaśnienie dla omawianego zjawiska jest adaptacja emocjonalna²¹. Nawykowi użytkownicy samochodów podczas szacowania poziomu swojej satysfakcji z korzystania z usług transportu publicznego nie biorą pod uwagę tego, jak szybko człowiek przyzwyczaja się i dostosowuje emocjonalnie do zmian w swoim otoczeniu. Osoby przemieszczające się jedynie za pomocą prywatnych środków transportu, które wzięły udział w badaniu, po pierwotnym oszacowaniu swojego przewidywanego poziomu satysfakcji z użytkowania transportu publicznego zostały poproszone o faktyczne korzystanie z jego usług przez okres miesiąca. Jak pokazały wyniki badań po tym czasie oceniły one swój poziom satysfakcji istotnie wyżej, co wskazuje na działanie procesów

adaptacyjnych²². Wiedza na temat tego, w jaki sposób ludzie przewidują poziom swojej satysfakcji, jak bardzo może być on zniekształcony przez wspomnianie prawidłowości psychologiczne oraz jak istotnie potrafi się różnić od jej faktycznego poziomu, powinna okazać się przydatną dla jednostek zarządzających transportem publicznym.

Rola afektu w wyborze środków codziennego transportu

Omówione do tej pory ludzkie postawy, nawyki czy pojawiające się w mniejszym lub większym stopniu u wszystkich jednostek odchylenia od racjonalności, w znaczący sposób wpływają na ich zachowania transportowe. Kolejnym ważnym, a często pomijanym zwłaszcza z ekonomicznego punktu widzenia, czynnikiem je kształtującym jest afekt. Wardman, Hine i Stradling [17] spojrzeli na transport publiczny z perspektywy fizycznych, poznawczych i afektywnych wymagań, jakie stawia on przed pasażerem. Przemieszczanie się za pomocą środków transportu publicznego jest na pewno bardziej uciążliwe fizycznie niż samochodem, ponieważ wymaga dojścia na przystanek, jak również z przystanku do miejsca docelowego. Dodatkowo nie zawsze pasażer może liczyć na miejsce siedzące. Zwiększony wysiłek poznawczy może wynikać z konieczności wcześniejszego zaplanowania podróży, zapoznania się z rozkładami jazdy i zapamiętania niektórych informacji. Natomiast aspekt większych kosztów afektywnych wiąże się z ewentualnym odczuciem dyskomfortu i niepokoju wynikających przykładowo z nadmiernego zatłoczenia lub braku punktualności autobusów czy kolei miejskiej. Jak się okazuje, wysiłek afektywny jest najbardziej wyczerpującym ze wspomnianych wymagań, co podkreśla rolę afektu w podejmowaniu decyzji transportowych²³. Zgodnie z założeniami modelu zbudowanego przez Manna i Abrahama [18] wyróżnia się cztery główne komponenty afektywne związane z podejmowaniem decyzji transportowych. Należą do nich: afektywne odczucia związane z podróżą, poczucie autonomii, przestrzeń osobista oraz tożsamość osobista (rysunek 2)²⁴.

Pierwszy z wymienionych komponentów nawiązuje do pozytywnych lub negatywnych odczuć, jakie pojawiają się podczas odbywania podróży miejskich, takich jak komfort, zadowolenie czy stres. Wyniki badań przeprowadzonych przez Wenera i Evansa w 2011 roku [19] sugerują, że użytkownicy samochodów doświadczają więcej stresu i negatywnych emocji niż osoby przemieszczające się koleją²⁵. Z drugiej strony kierowcy często deklarują, że prowadzenie samochodu ich odpręża, jak również zapewnia im poczucie wolności, komfortu i kontroli. Jednocześnie najistotniejszym źródłem pozytywnego afektu dla każdego środka transportu są piękne widoki. Również muzyka w przypad-

¹⁸ T.D. Wilson, D.T. Gilbert, *Affective forecasting*. W: Zanna M., (Red.), *Advances in experimental social psychology*, Canada Academic Press, Ontario 2003, s. 345–411.

¹⁹ M. Friman, T. Pedersen, P. Kristensson, op.cit.

²⁰ S. Fujii, T. Gärling, R. Kitamura, op.cit.

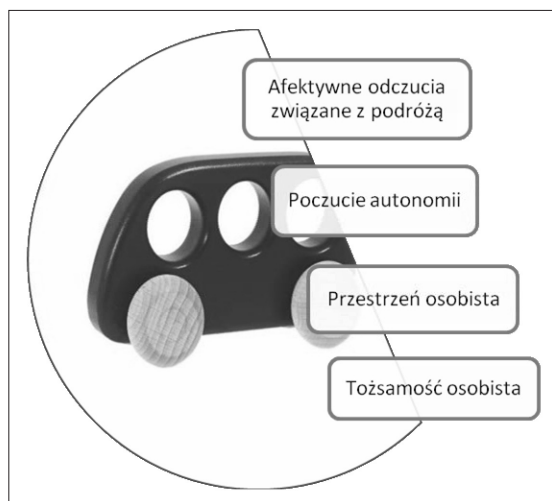
²¹ P.A. Ubel, G. Loewenstein, C. Jepson, *Disability and sunshine: Can bedonic predictions be improved by drawing attention to focusing illusion or emotional adaptation?* „Journal of Experimental Psychology: Applied”, 2005, Nr 11, s. 111–123.

²² M. Friman, T. Pedersen, P. Kristensson, op.cit.

²³ M. Wardman, J. Hine, S.G. Stradling, *Interchange and travel choice*, Scottish Executive Central Research Unit, Edinburgh 2001 W: E. Mann, C. Abraham, *The role of affect in UK commuters' travel mode choices: An interpretative phenomenological analysis*. „British Journal of Psychology”, 2006, Nr 97 (2), s.155–176.

²⁴ E. Mann, C. Abraham, op.cit.

²⁵ R. Wener, G. Evans, *Comparing stress of car and train commuters*. „Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour”, 2011, Nr 14 (2), s. 111–116.



Rys. 2. Komponenty afektywne związane z podejmowaniem decyzji transportowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: E. Mann, C. Abraham, op.cit.

ku kierowców i możliwość czytania podczas podróży w odniesieniu do użytkowników transportu publicznego wskazywane są jako dostarczające pozytywnych emocji²⁶. Potencjalne korzyści wypływające z korzystania z usług transportu publicznego powinny być odpowiednio uwypuklane w kampaniach promujących zrównoważony rozwój i zachowania prośrodowiskowe w sposób analogiczny do tego, w jaki producenci samochodów podkreślają symboliczne i afektywne aspekty swoich produktów.

Przemieszczanie się za pomocą samochodu zapewnia poczucie autonomii i kontroli, przestrzeń osobistą oraz nieraz dostarcza kierowcy adrenaliny. Jednocześnie nierozzerwalnie wiąże się także z odpowiedzialnością. Ludzie żyją obecnie w szybkim tempie, często będąc przeciążonymi codziennymi sprawami i obowiązkami. Prowadzenie samochodu wymaga zaangażowania coraz większego wysiłku fizycznego, rosnącej ilości zasobów poznawczych, jak również emocjonalnych. Możliwość pozbycia się kolejnego źródła stresu, jakim bywa prowadzenie samochodu w zakorkowanym mieście i uciążliwe szukanie miejsca parkingowego na rzecz relaksu podczas podróży, mogłaby być kuszącą propozycją dla mieszkańców dużych miast. Żeby jednak móc stosować tę ideę jako środek motywujący do zmiany codziennych nawyków transportowych proponowane usługi musiałyby rzeczywiście zapewniać jednostkom możliwość zrealizowania podróży środkami transportu publicznego spełniającej ich oczekiwania. Zaspokojenie potrzeby autonomii, przestrzeni osobistej i kontroli może docelowo przestać być realizowane w satysfakcjonującym stopniu przez prowadzenie samochodu, w związku z rosnącymi trudnościami z nim związanymi. Jest to doskonały moment na możliwie maksymalne zwiększenie niezawodności i jakości usług transportu publicznego w celu zapewnienia pasażerom poczucia pewności i bezpieczeństwa jako alternatywy dla potrzeby niezależności i sprawowania kontroli²⁷.

Czas podróży jest jednym z najważniejszych czynników przemawiających za wyborem samochodu jako środka przemieszczania się. Transport publiczny nie zawsze jest w stanie konkurować pod tym względem z transportem prywatnym. Zapewniając przyjazne człowiekowi środowisko w środkach transportu publicznego poprzez proste zabiegi, jak przykładowo dbanie o czystość taboru, dobry system informacyjny czy różne formy rozrywki, podczas podróży można zmniejszyć wymagania pasażerów związane z czasem przejazdów. Przełoży się to na lepszą ogólną ocenę transportu publicznego w oczach jego użytkowników.

Samochody, oprócz spełniania funkcji instrumentalnej związanej z przemieszczaniem się z miejsca A do B, posiadają także wartość symboliczną i afektywną kształtującą poczucie ludzkiej tożsamości²⁸. Ze społecznego punktu widzenia samochody są ważnymi wskazówkami podczas budowania oceny drugiego człowieka, ponieważ nie tylko pozwalają na oszacowanie statusu materialnego ich posiadaczy, ale także często wyrażają ich osobowość i styl życia. Za pomocą samochodu można zatem kształtować swój wizerunek. Jak pokazują wyniki badań, kobiety, którym pokazano zdjęcie tego samego mężczyzny raz na tle przeciętnej klasy auta, a raz klasy wyższej, oceniły go jako istotnie bardziej atrakcyjnego w towarzystwie samochodu świadczącego o jego wyższym statusie²⁹. Wiele osób na tyle utożsamia się ze swoim autem, że kiedy ktoś próbuje w jakiś sposób je uszkodzić, a czasem nawet tylko dotknąć, odczuwają to jako poważne naruszenie przestrzeni osobistej. Osoby emocjonalnie związane ze swoimi samochodami jeżdżą nimi częściej i wyrażają bardziej negatywne opinie na temat korzystania z publicznych środków transportu w porównaniu z osobami mniej przywiązanymi do swoich aut³⁰. Symboliczno-afektywne aspekty stanowią zatem często ważną barierę w ograniczaniu wykorzystania samochodów jako środka codziennego transportu. Próby jej przełamania powinny polegać na wbudowywaniu w ludzkie poczucie tożsamości i własnej wartości zachowań prośrodowiskowych poprzez odpowiednie kampanie społeczne. Korzystając z podstawowych mechanizmów wpływu społecznego, do jakich zalicza się społeczny dowód słuszności, można spowodować, że ludzie zaczną w swoim codziennym zachowaniu naśladować innych. Jeśli przykładowo ktoś, kto jest powszechnie lubiany lub jest autorytetem, postępuje w określony sposób, to bardzo często ludzie podążają za jego sposobem działania. W odniesieniu do kampanii społecznych promujących korzystanie z publicznych środków transportu, znane i cenione osoby mogłyby podkreślać swoje działania na rzecz ekologii i ważną rolę, jakie spełniają one w ich życiu. W ten sposób zaczęłyby one być kojarzone przez przeciętnego człowieka z czymś modnym, powszechnym i pozytywnie budującym jego wizerunek. Rezygnacja z nadmiernego użytkownika samochodu na

²⁶ B. Gatersleben, *Affective and symbolic aspects of car use: A review*. W: T. Gärling, L. Steg (Red.) *Threats to the quality of urban life from car traffic: Problems, causes, and solutions*, Elsevier, Amsterdam 2007, s. 219–234.

²⁷ E. Mann, C. Abraham, op.cit.

²⁸ B. Gatersleben, *The psychology of sustainable transport*, „Psychologist”, 2002, Nr 25 (9).

²⁹ M. Dunn, R. Searle, *Effect of manipulated prestige-car ownership on both sex attractiveness ratings*. „British Journal of Psychology”, 2010, Nr 101, s. 69–80.

³⁰ B. Gatersleben, *The psychology...*, op.cit.

rzecz częstszego korzystania z transportu publicznego, a zwłaszcza z jego najbardziej ekologicznych form, czyli na przykład trolejbusów, wpisuje się doskonale w repertuar zachowań środowiskowych.

Model zmiany

Ludzie zgodnie z założeniami modelu zmiany wg Prochaska i DiClemente³¹ w trakcie procesu podejmowania decyzji przechodzą przez cztery następujące po sobie etapy. Na początku znajdują się w fazie *przedkontemplacyjnej*, w której rzeczywista chęć zmiany nie pojawiła się jeszcze w ich świadomości. Następnie przechodzą do stadium *kontemplacyjnego*, w którym chęć zmiany staje się przez nich uświadomiona, aby w dalszej kolejności znaleźć się na etapie *działania* wiążącego się z wprowadzeniem nowej postawy w życie. Na końcu jednostki przechodzą do fazy *podtrzymania*, podczas której nowe zachowanie zostaje utrwalone w ich codziennym postępowaniu. Zatem aby istotnie wpłynąć na zmianę w postępowaniu człowieka, należy uwzględnić specyfikę etapu podejmowania decyzji, na którym się on aktualnie znajduje. Przykładowo, uświadamianie ludziom kosztów, jakie ponosi środowisko naturalne w związku z nadużyciem samochodów w codziennych podróżach miejskich, może spowodować, że przejdą oni ze stadium przedkontemplacyjnego do fazy kontemplacyjnej, w której pojawi się w nich chęć zmiany. W zupełnie inny sposób należałoby natomiast postępować w przypadku osób, które znajdują się już na etapie działania, czyli przykładowo wypróbować określony środek transportu publicznego. Powinno się wówczas wspierać ich motywację do kontynuacji podjętego działania poprzez dostarczanie im pozytywnych doświadczeń z nim związanych, przykładowo poprzez odpowiedni komfort przejazdu transportem publicznym.

Podsumowanie

Podsumowując, różne teorie i modele psychologiczne, mające swoje korzenie zwłaszcza w dziedzinie psychologii społecznej i środowiskowej, w znaczącym zakresie opisują i wyjaśniają codzienne zachowania transportowe jednostek. Wiedza psychologiczna dotycząca ludzkich postaw, nawyków, poczucia satysfakcji czy reakcji afektywnych może posłużyć organizatorom transportu publicznego jako punkt odniesienia do zrozumienia zachowań transportowych mieszkańców ich miast. Jednocześnie może wpłynąć na sposób kształtowania przekazów informacyjnych promujących korzystanie z usług transportu publicznego, przyczyniając się do wzrostu liczby osób ograniczających codzienne użytkowanie samochodów osobowych.

Literatura

1. Gifford R., Steg L., *The impact of automobile traffic on quality of life*, w: T. Gärling, L. Steg (Red.), *Threats from car traffic to the quality of urban life: Problems, causes, and solutions*, Elsevier, Amsterdam 2007.

2. Reinders A., Vringer K., Blok K., *The direct and indirect energy requirement of households in the European Union*, „Energy Policy”, 2003, Nr 31(2).
3. *2010 British Social Attitudes survey: Attitudes to transport*, w: Gatersleben B., *The psychology of sustainable transport*, „Psychologist”, 2002, Nr 25 (9).
4. Wojciszke B., *Człowiek wśród ludzi: zarys psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.
5. Van Acker V., Van Wee B., Witlox F., *When Transport Geography Meets Social Psychology: Toward a Conceptual Model of Travel Behaviour*, „Transport Reviews”, 2010, Nr 30 (2).
6. Baum A., Bell P., Greene T., *Psychologia środowiskowa*, GWP, Gdańsk 2004.
7. Ajzen, I., *The theory of planned behaviour*, „Organizational Behavior and Human Decision Processes”, 1990, Nr 50.
8. Festinger L., *A Theory of Cognitive Dissonance*, Evanston: Row, Peterson, 1957.
9. Brehm J.W., *A Theory of Psychological Reactance*, New York: Academic Press, 1966.
10. Bamberg S., Ajzen, I., Schmidt, P., *Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit, and reasoned action*. „Basic and Applied Social Psychology”, 2003, Nr 25(3).
11. Kenyon S., Lyons G., *The value of integrated multimodal traveler information and its potential contribution to modal change*. „Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour” 2003, Nr 6(1).
12. Matthies E., Kolckner C., Preisner C., *Applying a Modified Moral Decision Making Model to Change Habitual Car Use: How Can Commitment be Effective?* „Applied Psychology: An International Review” 2006, Nr 55 (1).
13. Fujii S., Gärling, T., Kitamura R., *Changes in drivers' perceptions and use of public transport during a freeway closure: Effects of temporary structural change on cooperation in a real-life social dilemma*, „Environment and Behavior”, 2001, Nr 33(6).
14. Friman M., Pedersen T., Kristensson P., *Affective Forecasting: Predicting and Experiencing Satisfaction With Public Transportation*, „Journal of Applied Social Psychology”, 2011, Nr 41 (8).
15. Wilson T.D., Gilbert D.T., *Affective forecasting*. W: Zanna M., (Red.), *Advances in experimental social psychology*, Canada Academic Press, Ontario 2003.
16. Ubel P. A., Loewenstein G., Jepson C., *Disability and sunshine: Can hedonic predictions be improved by drawing attention to focusing illusion or emotional adaptation?* „Journal of Experimental Psychology: Applied”, 2005, Nr 11.
17. Wardman M., Hine J., Stradling S.G., *Interchange and travel choice*. Scottish Executive Central Research Unit, Edinburgh 2001, w: Mann, E., Abraham, C., *The role of affect in UK commuters' travel mode choices: An interpretative phenomenological analysis*. „British Journal of Psychology”, 2006, Nr 97 (2).
18. Mann E., Abraham C., *The role of affect in UK commuters' travel mode choices: An interpretative phenomenological analysis*. „British Journal of Psychology”, 2006, Nr 97 (2).
19. Wener R., Evans G., *Comparing stress of car and train commuters*, „Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour”, 2011, Nr 14 (2).
20. Gatersleben B., *Affective and symbolic aspects of car use: A review*, w: T. Gärling, L. Steg (Red.) *Threats to the quality of urban life from car traffic: Problems, causes, and solutions*, Elsevier, Amsterdam 2007.
21. Gatersleben B., *The psychology of sustainable transport*, „Psychologist” 2002, Nr 25 (9).
22. Dunn M., Searle R. *Effect of manipulated prestige-car ownership on both sex attractiveness ratings*. „British Journal of Psychology”, 2010, Nr 101.
23. Prochaska J.O., DiClemente C.C., *The trans theoretical approach: Crossing traditional boundaries of change*. Homewood IL: Dow, 1984, w: B. Gatersleben, *The psychology of sustainable transport*, „Psychologist” 2002, Nr 25 (9).

³¹ Prochaska, J.O., DiClemente, C.C., *The transtheoretical approach: Crossing traditional boundaries of change*. Homewood IL: Dow, 1984, w: B. Gatersleben, *The psychology...* op.cit.