



UNIVERSITÀ KORE DI ENNA

PSICOLOGIA SOCIALE

lez. 8



dreamstime.com

Paola Magnano
paola.magnano@unikore.it

**LE PERSONE SONO FONDAMENTALMENTE
BUONE O CATTIVE? EGOISTE O PRONTE AD
AIUTARE IL PROSSIMO?**

DEFINIZIONI

- **comportamento d'aiuto: un'azione che ha lo scopo di migliorare il benessere del destinatario o fornirgli un beneficio** (Dovidio et al., 2006)
- **comportamento prosociale: è culturalmente determinato, perché è "definito dalla società come benefico per le altre persone o per il sistema sociale"** (Piliavin et al., 1998, p.4)
- **altruismo: un comportamento a beneficio degli altri messo in atto in assenza di ricompense da fonti esterne** (Piliavin, 2009)

MOTIVAZIONI ALTRUISTICHE O EGOISTICHE

- **ipotesi empatia-altruismo** (Batson et al., 1981): **l'altruismo è evocato da sentimenti di empatia, che rappresenta la potenziale motivazione delle azioni di aiuto**
- **modello del sollievo dallo stato negativo** (Cialdini et al., 1987): **osservare una persona in difficoltà suscita un'emozione spiacevole nell'osservatore spingendolo ad agire; l'aiuto alla persona bisognosa sarebbe motivato dalla volontà di alleviare il proprio disagio**

TIPOLOGIE DI COMPORTAMENTI PROSOCIALI

- **cooperazione:** quando l'aiuto non è unidirezionale, ma implica l'azione congiunta di più persone che si aspettano di trarre benefici
- **altruismo totalmente disinteressato (selfless):** quando chi aiuta corre gravi rischi
- **volontariato:** attività nelle quali il proprio tempo è messo a disposizione gratuitamente a vantaggio di un'altra persona, gruppo o organizzazione
- **intervento di emergenza:** agire in risposta ad una situazione di rischio urgente e imprevista
- **intervento dello spettatore:** aiutare nelle situazioni di emergenza osservate

perché le persone decidono di non aiutare?

effetto spettatore

(Latanè & Darley, 1970)

la probabilità di intervento si riduce in funzione del numero di testimoni ad una situazione di emergenza

MODELLO DECISIONALE DELLO SPETTATORE

è un modello sequenziale a 5 fasi, nel quale una decisione negativa in una di queste fasi ha come risultato il mancato intervento

l'elemento chiave che determina la risposta individuale in situazioni di emergenza è la presenza o assenza di testimoni

tre sono i processi psicologici che possono frenare l'intervento: la **diffusione di responsabilità**, l'**ignoranza pluralistica**, l'**inibizione sociale**

limiti dell'effetto spettatore

- * non agisce nelle situazioni di serio pericolo per la vittima (Fischer et al., 2006)
- * se ne può limitare l'impatto fornendo alle persone informazioni sui suoi meccanismi
- * poiché il processo di inibizione sociale è particolarmente potente quando i testimoni sentono di non avere le competenze necessarie per fornire un aiuto adeguato, allora la partecipazione a training vario tipo può contrastare l'effetto spettatore
- * infatti se l'osservatore si ritiene competente a prestare soccorso, la presenza di altri può persino incoraggiare l'intervento (Schwartz & Gottlieb, 1976)

perché le persone decidono di aiutare? modello costi-benefici

(Piliavin et al., 1981)

il modello prevede due componenti: un **costrutto motivazionale centrale** (attivazione vicaria) e una **componente cognitiva di decision-making**, che implica il calcolo dei costi e benefici delle azioni

situazione di emergenza = attivazione (arousal) dello spettatore che diventa sempre più spiacevole
riduzione dell'attivazione sulla base della risposta selezionata:

l'osservatore aiuta:

costi = perdita di tempo; rischi per la propria incolumità; sforzo richiesto

benefici = aumento dell'autostima; gratitudine della vittima etc...

la vittima non riceve aiuto:

costi = aumento dell'attivazione spiacevole, autocolpevolizzazione, critiche dagli altri

benefici = continuare la propria attività

perché le persone decidono di aiutare?
modello costi-benefici

(Piliavin et al., 1981)

ruolo dei fattori situazionali: possono stimolare o meno l'attivazione nell'osservatore

attivazione massima: in situazioni di grave ed evidente emergenza, quando l'osservatore è a breve distanza da un individuo chiaramente in difficoltà

in assenza di attivazione non si ha alcuna risposta

perché le persone decidono di aiutare?
modello costi-benefici ampliato

(Piliavin et al., 1981)

vengono inserite altre variabili:

caratteristiche dell'osservatore: competenza, norme personali; umore, attenzione

caratteristiche della vittima: similarità con l'osservatore

attribuzione della situazione di emergenza, natura dell'attivazione sperimentata, empatia verso la vittima

perché le persone decidono di aiutare? **modello costi-benefici ampliato**

(Piliavin et al., 1981)

in situazioni di evidente urgenza, se l'osservatore conosce la vittima o si trova fisicamente vicino = **risposta impulsiva di aiuto** (senza calcolo costi-benefici)

senso dei "noi" = se la vittima viene percepita come appartenente al nostro gruppo si bypassa la valutazione costi-benefici

perché le persone decidono di aiutare? **ruolo dei processi di gruppo**

negli studi classici il gruppo ha un impatto negativo nel comportamento prosociale (diffusione della responsabilità, ignoranza pluralistica)

modello dell'identità dell'ingroup comune (Gaertner & Dovidio, 2000, 2008)

se le persone pensano di agire come membri di un gruppo, il comportamento viene determinato prioritariamente dalle norme e dai valori del gruppo (*favoritismo ingroup*)

perché le persone decidono di aiutare? ruolo dei processi di gruppo

prospettiva dell'identità sociale e ruolo dell'osservatore

l'effetto spettatore viene influenzato dalla relazione sociale tra spettatore e vittima

se l'osservatore percepisce la vittima come membro del proprio gruppo, il comportamento di aiuto viene promosso, anche se identità sociale e dimensioni del gruppo influiscono nell'inibirlo o attivarlo

esperimento sull'osservazione di un episodio di aggressione ad una donna

AIUTO IN CASO DI VIOLENZA

- in situazioni di emergenza violente, l'effetto spettatore non è sufficiente a spiegare il comportamento delle persone**
- esperimento sul tentativo di stupro (Darley, Darley & White, 1968): 85% degli spettatori in gruppo interveniva, tra gli spettatori soli, la percentuale di intervento è del 65%**
- in episodi di violenza, un intervento aggressivo causa un aumento della violenza, interventi non aggressivi la riducono.**

AIUTO IN CASO DI VIOLENZA

- **osservazione di episodi di violenza su minori**
 - **intervento diretto (solo 1 su 4) a queste condizioni: certezza della natura violenta dell'atto; precedenti esperienze (osservazione o diretta)**
- **analisi del caso del piccolo James Bulger (Levine, 1999):**
 - **mancato intervento dovuto ad una relazione familiare ipotizzata: gli osservatori avevano ipotizzato che gli aggressori fossero fratelli maggiori**

GENERE E COMPORTAMENTO DI AIUTO

- **esperimenti con simulazione di aggressione uomo-donna:**
 - **nella condizione "marito e moglie" gli interventi erano di meno rispetto alla condizione "sconosciuti"**

COMPORAMENTO DI AIUTO A LUNGO TERMINE: SPIEGARE IL VOLONTARIATO

- **Omoto & Snyder (2010): modello per spiegare il volontariato, a diversi livelli**
 - **individuale: decisioni personali e processi psicologici individuali**
 - **interpersonale: dinamiche della relazione fra volontari**
 - **organizzativo: reclutamento e collocamento dei volontari**
 - **sociale: dinamiche collettive e relazioni con strutture sociali più ampie**

COMPORAMENTO DI AIUTO A LUNGO TERMINE: SPIEGARE IL VOLONTARIATO

Omoto & Snyder (2010)

- **fattori predisponenti:**
 - **personalità e disposizioni caratteriali (preoccupazione empatica)**
 - **fattori motivazionali (senso civico)**
 - **circostanze di vita (livello di sostegno sociale)**
- **fattori amplificanti:**
 - **processi comunitari: positivo senso di comunità e legame di appartenenza danno senso di benessere psicologico**

COMPORAMENTO DI AIUTO A LUNGO TERMINE: SPIEGARE IL VOLONTARIATO

Penner & Finkelstein, 1998

- **PERSONALITÀ PROSOCIALE:**

tendenza consolidata a pensare al benessere e ai diritti delle altre persone, a provare preoccupazione ed empatia, ad agire a vantaggio degli altri.

Due componenti:

- **empatia orientata verso l'altro**
- **disponibilità ad aiutare**