

OSNOVNA ŠOLA GRM NOVO MESTO

# ALTRUISTIČNO VEDENJE V DANAŠNJI DRUŽBI

(raziskovalna naloga s področja psihologije)

Fran Žižek

Martin Ilc

Mentorice:

mag. Irena Adlešič

Anamarija Bogolin

mag. Tina Dović

Novo mesto, 2025

## POVZETEK

Altruizem je področje, kjer pomagamo drugim in niso v naprej obljubljeni zunanje nagrade kot povračilo za to dejanje. V raziskavi smo se usmerili na področje altruizma pri odraslih. Izvedli smo eksperiment, kjer smo vse polnoletne ljudi spraševali za pot do določene lokacije. Predhodne raziskave namreč kažejo, da dajejo ljudje na vprašalnikih socialno zaželene odgovore. V vzorec smo zajeli 136 oseb v Novem mestu. Ugotovili smo, da je delež oseb, ki je pomagal večji kot delež oseb, ki ni pomagal in to na treh različnih lokacijah, pomagalo nam je 83 % udeležencev. Pri ženskem spolu je višji delež oseb, ki so bile pripravljene pomagati, glede starosti oseb, ki so pomagale pa nismo ugotovili pomembni razlik. Delež oseb, ki so pomagale na bližnji lokaciji je večji kot delež oseb, ki so pomagale na oddaljeni lokaciji. Mlajše osebe so bolj pogosto pomagale s pametnim telefonom kot starejše. Raziskovalcu z neobičajnim videzom je pomagalo enak delež oseb kot raziskovalcu z običajnim videzom. Vidimo, da je altruizem v naši družbi prisoten v velikem deležu. Naša raziskava je zahtevala majhen vložek oseb za altruistično vedenje, zanimive pa bi bile raziskave kjer bi morale osebe prispevati večji vložek. Pri neobičajnem videzom pa bi bilo potrebno ustvariti bolj drugačnega in vpadljivega raziskovalca.

Ključne besede: altruizem v odraslosti, običajen in neobičajen videz, pomoč pri iskanju poti, različne lokacije.

## ABSTRACT

Altruism is an area where we help others and there are no external rewards promised in advance as retribution for this action. In the research, we focused on the area of altruism in adults. We conducted an experiment where we asked all adult people for directions to a certain location. Previous research shows that people give socially desirable answers on questionnaires. The sample included 136 people in Novo mesto. We found that the proportion of people who helped was higher than the proportion of people who did not help, in three different locations, 83% of the participants helped us. There was a higher proportion of people who were willing to help, but we did not find a significant difference in the age of people who helped. The proportion of persons who assisted at a nearby location is higher than the proportion of persons who assisted at a remote location. Younger people were more likely to help with a smartphone than older people. A researcher with an unusual appearance was helped by the same proportion of subjects as a researcher with a normal appearance. We see that altruism is present in our society in a large proportion. Our study required a small input of persons for altruistic behavior, but studies where persons should contribute a higher input would be interesting. With an unusual appearance, however, it would be necessary to create a more different and conspicuous researcher.

Keywords: altruism in adulthood, normal and unusual appearance, help in finding the way, different locations.

## Vsebina

1	UVOD .....	4
1.1	ALTRUIZEM .....	4
1.2	VZROKI ALTRUIZMA.....	6
1.3	ALTRUIZEM TER SPOL IN STAROST .....	8
1.4	RAZISKAVE NA PODROČJU ALTRUIZMA.....	9
1.5	SPODBUJANJE PROSOCIALNEGA VEDENJA.....	12
1.6	NAMEN NALOGE .....	12
1.7	HIPOTEZE .....	13
2	METODE DELA .....	14
2.1	VZOREC .....	14
2.2	INŠTRUMENT .....	17
2.3	POTEK RAZISKAVE.....	17
3	REZULTATI.....	18
3.1	POGOSTOST POMOČI OSEB .....	18
3.2	POGOSTOST POMOČI OSEB GLEDE NA STAROST, SPOL IN LOKACIJO .....	18
3.3	NAČINI POMOČI OSEB .....	22
3.4	PROSTOVOLJNA POMOČ OSEB NA RAZLIČNIH PODROČJIH.....	25
4	RAZPRAVA .....	29
5	SKLEPNE MISLI IN PREDLOGI .....	32
6	REFERENCE.....	33
7	PRILOGE.....	36

# 1 UVOD

## 1.1 ALTRUIZEM

Bar-Tal (1986) definira vedenje, kjer pomagamo drugim, kot dejanje, kjer drugi pridobijo in zunanje nagrade kot povračilo za to dejanje niso vnaprej obljubljeni. Altruistično vedenje so začeli proučevati v 70-ih letih prejšnjega stoletja, ko so se začele pojavljati različne klasifikacije. Altruizem so definirali na osnovi moralnih kvalit, ki predstavljajo jedro tega vedenja v primerjavi z drugimi vrstami pomoči. Posameznike k pomoči vodijo raznovrstni motivi različnih moralnih kvalit. Nagrado predstavlja pridobljena dobrobit posameznika, ki so mu pomagali, med ostalimi motivi pa najdemo še kompenzacijo, recipročnost ali zadovoljstvo s svojo avtoriteto. Altruistična motivacija je pomembna za razumevanje narave človeka in dinamiko medosebnih odnosov.

Oakley (v Tič, 2023) definira altruizem kot dobronamerno delovanje, s katerim akter namerava povečati dobrobit drugega. Omenja pa tudi patološki altruizem, kjer je prav tako namen pomagati, vendar pa je motiv za pomoč egocentrične narave in zato škodljiv za druge ali za akterja samega. Motivacija je lahko, da smo drugim všeč, močna in omejena čustva do svoje skupine, čustvena nalezljivost, različne pristranskosti ali celo egocentrično prepričanje, da vemo, kaj je najboljšo za druge. Za primer navaja Tino in njenega brata Gregorja. Gregor se seli v novo stanovanje in Tina mu ponudi pomoč. Na dan selitve ni zasedena in meni, da bi bilo lepo, če bratu olajša naporno delo. V tem primeru je Tinina pomoč res altruistična. Sedaj si zamislimo, da ima Tina namesto tega dan po selitvi pomemben izpit, ki je pogoj, da lahko izdela letnik. Nujno bi potrebovala še dan študija. Tini je izredno pomembno bratovo odobravanje in mu želi na vsak način pomagati, da bi se mu dokazala. Če Gregorju kljub temu pomaga, izgubi cel dan za študij in na izpitu pade, je njena pomoč patološko altruistična. Njena motivacija je dokazovanje bratu, posledice pa so škodljive zanj. Zato je Barbara Oakley (v Tič, 2023) altruizem predstavila kot pozitivno-negativni kontinuum, na katerem je negativni altruizem altruizem z antitetičnimi posledicami, tj. patološki altruizem. Kaufman in Jauk (v Tič, 2023) pa pravita, da je zdrava sebičnost povezana z iskreno družbeno občutljivostjo, s prilagojenim psihološkim delovanjem in z višjim nivojem psihološke dobrobiti. Sebičnost lahko imenujemo tudi ljubezen do sebe ali skrb zase. Antinozzi (v Tič, 2023) pravi, da je sebičnost ravnanje, pri katerem postavljamo svoje lastne potrebe nad vse ostale, medtem ko razumna skrb zase zagotavlja, da naše lastne potrebe niso zmeraj na zadnjem mestu. Najboljši del postavljanja potreb drugih pred svoje lastne je, da imamo od tega tudi sami neposredno korist.

Filkowski, Cochran in Haas (2016) navajajo, da definicije altruizma variirajo pri posameznih znanostih in da je altruizem pogosto definiran kot dejanje pomoči drugemu. Biologi in evolucijski znanstveniki se osredotočajo na koristi določenega vedenja, psihologi pa se zanimajo za razumevanje motivacije, ki je v ozadju takšnih dejanj. Z biološkega in evolucijskega vidika pomeni altruizem zniževanje aktivnosti ali genetskega prispevka ene osebe, medtem ko se le-to povečuje pri drugi osebi. V psiholoških raziskavah pa je altruizem zasnovan kot motivacija, ki jo ima posameznik za zvišanje počutja druge osebe.

Koželj (2016) govori o tem, da je številnim definicijam skupno, da izpostavljajo skrb za sočloveka, vendar pa je vprašanje, ali sploh obstaja tip osebnosti, ki bi jo lahko poimenovali altruistična osebnost (Rushton, Chrisjohn in Fekken, 1981, v Koželj, 2016). Ule (1997, v Koželj, 2016) pa pravi, da je altruistično vedenje najbolj neposreden znak človeške socialnosti.

Prosocialno vedenje vodi k številnim pozitivnim posledicam za tiste, ki prejmejo pomoč: zvišani akademski dosežki, boljši medvrstniški odnosi in socialno funkcioniranje, bolj pozitivna občutja in mnenja o sebi (Laguna, Mazur in Kedra, 2020). Socialno pomembno pa je tudi za tiste, ki dajejo pomoč: zviša kvaliteto interakcij med posamezniki in skupinami ter je pozitivno za celotno družbo (Laguna, Mazur in Kedra, 2020).

*Tabela 1: Izbor definicij prosocialnega vedenja in altruizma (Pfattheicher, S., Nielsen, Y. A. in Thielmann, 2022)*

Koncept in dimenzija	Definicija	Referenca
Prosocialno vedenje, ki poudarja namere	Prosocialno vedenje vsebuje številne aktivnosti, ki so usmerjene k dobrobiti drugega človeka bolj kot k njim samim.	Batson in Powell (2023)
Prosocialno vedenje, ki poudarja posledice	Katerakoli aktivnost, kjer pridobi drugi človek.	Schroeder in Graziano (2015)
Prosocialno vedenje, ki poudarja socialni kontekst in posledice	Prosocialno vedenje, ki predstavlja številne aktivnosti v družbi in/ali socialnih skupinah kot splošno korist za druge ljudi.	Penner in ostali (2005)
Altruistično usmerjena motivacija	Motivacija z izključno nalogo pomagati drugemu človeku k dobremu počutju.	Batson in ostali (2010)
Altruistično usmerjena motivacija	Prostovoljno vedenje usmerjeno k dobrobiti drugega brez pričakovanja zunanjih nagrad ali izogibanje neprijetnim dražljajem ali kazni.	Eisenberg in Miller (1987)
Altruizem s perspektive posledic (poudarjanje evolucijskih posledic)	Velika dejanja povezana z ekonomsko dobrobitjo drugih posameznikov.	Fehr in Fischbacher (2003)
Altruizem s perspektive posledic (poudarjanje evolucijskih posledic)	Velika dejanja tistih, ki dajejo pomoč z dobrobitjo tistih, ki pomoč prejmejo (posledice so opredeljene kot korist posameznika za daljše življenjsko obdobje).	West in ostali (2011)
Altruizem iz družbene perspektive	Moralne norme, ki vključujejo določena družbena pričakovanja pomoči drugim v različnih socialnih kontekstih.	Bykov, 2017

Altruizem bi lahko, glede na vzroke za altruistično obnašanje, delili na preišljeni in spontani altruizem. Pri preišljenem altruizmu gre za socialno odgovornost in recipročnost. Sem prištevajo fenomene, kot so velikodušnost, odpuščanje, neomejena ljubezen, vrline, človekoljubje, medskupinsko sodelovanje in solidarnost (American Sociological Association, v Koželj, 2016).

Summers (2007, v Koželj, 2016) opozarja tudi na negativne vidike altruizma: posameznik, ki živi za altruistične vrednote, je lahko tarča zlorab, saj ga okolica sebično izkorišča. Nekateri sociologi in psihologi (t. i. zagovorniki univerzalnega egoizma) zanikajo obstoj altruizma zaradi prepričanja, da za vsako dobrodelno dejanje, ki ga nekdo stori, zanj kasneje pričakuje takšno ali drugačno osebno korist. Zagovorniki altruizma tega ne zanikajo, vendar zagovarjajo mnenje, da kljub vsemu obstaja določeno število ljudi, ki so se v določenih pogojih sposobni motivirati izključno v korist nekoga drugega. Zaradi tega še vedno zagovarjajo obstoj altruizma v njegovi primarni obliki (Koželj, 2016).

Prosocialno vedenje koristi obojim: raziskave kažejo, da so z altruističnim vedenjem povezane tako fizične kot psihične koristi, npr. prostovoljstvo je pozitivno povezano s samoporočanjem o sreči, zdravju in dobrem počutju. Hunter in Linn (1980, v Filkowski, Cochran in Haas, 2016) poročajo o raziskavi med prostovoljci in tistimi, ki ne volontirajo. Odrasli, ki so redno volontirali, govorijo o večjem zadovoljstvu z življenjem in nižjih občutjih depresije in anksioznosti. Prostovoljstvo in prosocialno vedenje pa sta povezana tudi s fizičnim zdravjem in daljšo življenjsko dobo. Moen, Dempster-McClain in Williams (1992, v Filkowski, Cochran in Haas, 2016) so po raziskavi zaključili, da so bile matere prostovoljke manj pogosto bolne. Tudi ko so kontrolirali njihovo zdravstveno stanje, so imele prostovoljke manj zdravstvenih težav, ki vodijo v zgodnjo umrljivost.

## 1.2 VZROKI ALTRUIZMA

Biološka razlaga pravi, da se posameznik vede altruistično do svojih sorodnikov, saj to povečuje možnosti preživetja in prenosa dednega zapisa njegovega krvnega sorodstva (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2013, v Koželj, 2016).

Nevrološki razlogi pravijo, da vzroki za altruistično vedenje izvirajo iz centra za nagrajevanje v možganih. Obseg regije malih možganov vpliva na posameznikovo nagnjenje k altruističnemu ravnanju. Raziskovalci iz Univerze v Zürichu (v Koželj, 2016) so ugotovili, da imajo ljudje, ki se vedejo bolj altruistično kot drugi, več sivih celic na stičišču med parietalnim

in temporalnim režnjem. To pa kaže na povezavo med anatomijo možganov, možganskimi aktivnostmi in altruističnim vedenjem (Koželj, 2016).

Vlerick (2021) opozarja, da je za raziskovalce altruistično vedenje brez povračila uganka. Človeški altruizem je izjema v živalskem kraljestvu. Iz evolucijskega vidika ima altruistično vedenje smisel samo, če pride do altruističnega vedenja med gensko podobnimi organizmi ali v primeru pričakovanja, da bo usluga povrnjena (recipročni altruizem). Zato evolucijski teoretiki predlagajo ponovno obuditev Darwinove teorije. Pravijo, da se je človeški altruizem razvil skozi skupinsko selekcijo, kjer so bile skupine altruistov izbrane, ker so imele prednosti pred ostalimi skupinami (Wilson in Sober, v Vlerick, 2021). Vlerick (2021) zato pravi, da so se skupinske altruistične dispozicije razvile skozi skupinsko selekcijo in da obstaja kulturni gen koevolucije. Razvojni psihologi namreč ne znajo pojasniti mnogo zvrsti altruističnega vedenja. Osnovi človeškega altruizma sta dve edinstveni značilnosti človeka: socialne norme in kazni, ki vodijo družbo in proces razmišljanja pri vrednotenju moralnih norm in odločitev.

Socialne norme družbe, pravila in pričakovanja prav tako lahko vplivajo oziroma sprožijo altruistično vedenje. Norma socialne odgovornosti je osebno stališče in osebna pripravljenost posameznika, da pomaga. Kolikor bolj je norma socialne odgovornosti tudi človekova osebna norma, toliko bolj bo pripravljen na altruistično vedenje (Ule, 2004, v Koželj, 2016).

Decety in Cowell (2014) pravita, da sta moralnost in empatija osnovni komponenti človeškega vedenja pri vseh kulturah. Empatija lahko vodi moralno presojo, lahko pa je posrednik zanjo. Empatija omogoča starševsko skrb in življenje v skupnosti. Nevrolingvistične raziskave kažejo, da je nevrološka mreža vpeta v empatijo pri distresu in bolečina drugih je lahko močnejša ali šibkejša zaradi medosebnih spremenljivk, skritih stališč in skupinskih preferenc. Človek je edinstven v empatičnem doživljanju in izražanju čustev in lahko zavzema stališča drugih, kar povzroča, da se krog skrbi za druge širi iz časa plemen vse do današnjega časa. Sprejemanje novega člana v skupnost pomeni zmanjševanje stereotipov o skupini, iz katere prihaja, in o bolj pozitivnem mišljenju o njegovi skupnosti. Prevzemanje stališč drugih pomeni spreminjanje načinov, kako jih vidimo, kar potem posplošimo na vse ljudi, ki so jim podobni.

Kognitivna razlaga pravi, da se bodo ljudje bolj verjetno vključili v altruistično vedenje, kadar sočustvujejo z osebo, ki je v stiski. Ko vidimo drugo osebo v stiski ali težavah, to v nas povzroči razburjenje ali neprijeten občutek – nudenje pomoči osebi, pa v nas zmanjša negativne občutke (About Education, 2015, v Koželj, 2016).

Spontani altruizem je impulzivna pomoč, altruistično obnašanje brez pomisleka. Zdi se nam, da je to pravi altruizem, da prihaja človeku iz srca, medtem ko se zdijo druge vrste altruizma bolj površinske (Nastaran Ule, 1992, v Koželj, 2016). Značilnosti spontanega altruizma: nevarne okoliščine, redkost dogodka, malo skupnega z drugimi dogodki, nepredvidljivost dogodka in zahteva po takojšnjem ukrepanju (Slabe, Jenšterle, Sotler, 2011, v Koželj 2016).

Teorija družbene menjave je prepričanje, da bodo ljudje pomagali drugim le, če lahko ob tem pričakujejo koristi za sebe, ki so tako velike, da odtehtajo stroške, napor, angažiranje ..., ki jih je oseba, ki je nudila pomoč, ob tem porabila (Koželj, 2016).

Zaviralci altruističnega vedenja preprečujejo posameznikovo altruistično vedenje, ali pripomorejo, da je njegovo nudenje pomoči manj učinkovito. Ule (2009, v Koželj, 2016) navaja naslednje zaviralce: dvom v potrebnost pomoči, ocena izgube časa in potrebnih dobrin pri sami pomoči, nevarnost in stres ter dvom v to, kako bodo drugi ocenili naše prosocialno vedenje.

### 1.3 ATRUIZEM TER SPOL IN STAROST

Teorije življenjskega ciklusa so zasnovane na tem, da altruistične tendence naraščajo v obdobju odraslosti. Meta analiza šestnajstih študij, ki ocenjujejo starostne razlike pri razvoju altruizma, kažejo, da je pri starejših odraslih več altruizma kot pri mlajših odraslih. Demografske spremenljivke, kot so dohodek, izobrazba in spol, ne prispevajo pomembno k učinku altruizma, kar pa je lahko tudi posledica nagnjenosti k podajanju socialno zaželenih odgovorov pri reševanju vprašalnikov (Sparrow, Swirsky, Kudus in Spaniol, 2021). V preteklih raziskavah so ugotavljali tudi več altruizma pri ženskah v primerjavi z moškimi. Poleg tega ugotavljajo, da na učinek starosti lahko vplivajo tudi viri, kot so zdravje, finance in socialne mreže, ter različne prakse (npr. religiozna prisotnost), ki promovirajo altruizem. Zato predlagajo, da je za ugotavljanje vpliva starosti potrebno v prihodnosti nameniti več časa longitudinalnim študijam – ali gre za vpliv motivacijske usmerjenosti ali večji dostop do miselnih, čustvenih, socialnih in socialno-ekonomskih virov. Meta analiza teh študij podpira teorije, da so višje stopnje altruizma posledica altruistične motivacije. Vendar pa je pri teh teorijah zaznati tudi variiranje virov, ki so omejitveni faktor (Sparrow idr., 2021).

Long in Krause (2017) ugotavljata, da imata poleg genetskih in socialnih faktorjev na altruistično vedenje vpliv tudi spol in starost tistega, ki prejema pomoč. Ugotavljata, da starost obeh (tistega, ki daje pomoč in tistega, ki pomoč prejema) ter socialna bližina igra vlogo pri altruističnih občutjih. V študiji sta ugotovila, da je največ altruizma na področju zdravja

namenjeno otrokom in največ altruizma na področju bogastva odraslim osebam. Ljudje so bolj altruistični zaradi zdravstvenih razlogov kot pa zaradi finančnih.

Freund in Blanchard-Fields (2014) ugotavljata, da prispevek za javno dobro pozitivno korelira s starostjo. Medtem ko mlajši odrasli stremijo k osebnim finančnim nagradam, starejši odrasli stremijo k prispevku za javno dobro. Vendar se starejši odrasli tudi sicer bolj pogosto kot mlajši odrasli vedejo altruistično.

Nakavachara (2017) je z raziskavo na podlagi vprašalnikov, kjer so respondenti poročali o altruizmu in informacijah o dohodkih, prišel do zaključkov, da so starejši ljudje bolj altruistični, da so bolj altruistični ljudje z višjimi dohodki in da so ženske bolj altruistične. Ugotavlja tudi, da so izobraženi ljudje in poročeni ljudje bolj altruistični, prav tako so bolj altruistični ljudje v ruralnih območjih.

Boschini, Dreber, Essen, Muren in Ranehill (2018) ugotavljajo majhno razliko med moškimi in ženskami, vendar so te razlike v korist žensk, ki so bolj altruistične. Vendar pa omenjajo, da je to verjetno specifična Švedske, kjer sta oba spola enakovredna.

Johnson (2000) ugotavlja, da so ženske bolj altruistične glede na strošek oziroma vložek, v mlajših skupinah pa so pri visokih vložkih bolj altruistični moški. Pravi, da ključno vlogo pri altruizmu odigrata starost in spol, pomemben pa je tudi strošek oz. vložek, ne pa dohodki.

#### 1.4 RAZISKAVE NA PODROČJU ALTRUIZMA

Post (2005) navaja, da so altruistična čustva in vedenje povezana z boljšim počutjem, zdravjem, srečo in daljšo življenjsko dobo. Dobro počutje pomeni, da se počutiš srečnega in polnega energije ter da si povezan z ostalimi. Študija Hunterja in Lina (1980-1981, v Post, 2005) govori o raziskavi, kjer so bili udeleženci starejši od 65 let med prostovoljci in ostalimi. Prostovoljci so bili pomembno bolj zadovoljni z življenjem in z željo do življenja ter so imeli manj simptomov depresije, anksioznosti in somatskih težav. Ne-prostovoljci pa so več časa preživeli v bolnišnicah, jemali več zdravil. Torej je za psihično počutje prostovoljcev značilno manj depresije in depresivnih simptomov. Post (2005) poroča tudi o raziskavah o boljšem fizičnem počutju in daljši življenjski dobi pri tistih, ki so delovali v prostovoljstvu. Navaja več longitudinalnih študij. Post (2005) zaključuje, da altruizem in pozitivna socialna integracija prispevata k manj osebnim težavam, anksioznosti zaradi lastne preokupacije in je zato povezan z boljšim počutjem, aktivnim življenjskim slogom, pozitivnimi čustvi, kot so prijaznost, ter je zato verjetno, da izboljša psihično in fizično zdravje.

Brethel-Haurwitz, Stoianova in Marsh (2020) so izvedli dve raziskavi na osnovi katerih poročajo, da so čustva, ki izzovejo pri ljudeh distress, pomembna za prosocialne odgovore. Ni pa še popolnoma jasno, kako čustvena regulacija oblikuje prosocialno vedenje. Študiji so izvajali v vzorcu skupnosti in v vzorcu donatorjev ter imeli kontrolni skupini. Pri obeh študijah so pozitivna čustva povišala donacije, negativna pa so jih znižala.

DeSteno (2015) raziskuje področje, kako ljudje izberejo, kdo je vreden pomoči. Izhaja iz Triverjevega modela (1971, v DeSteno, 2015), ki govori o recipročnem altruizmu. Ta pravi, da gre za oceno tega, kako verjetno je, da bo pomoč vzajemna. Empatija, ki jo čutimo do drugih, ni objektivna, ampak je subjektivna nagrada, regulirana z nezavednimi procesi verjetnosti, da bo usluga nekoč vrnjena. V to je vračunano občutje podobnosti, zato je za posameznike bolj verjetno, da bo pomoč vzajemna. Povezava med zaznano podobnostjo in empatijo je lahko »bidirektna« (empatija lahko povzroči, da druge posameznike zaznamo kot bolj podobne nam samim). Če vidimo otroka, ki trpi, si lahko zamislimo starša, ki ima otroka podobnih let in je zato s tem posameznikom bolj povezan kot z neznanim mladim tujcem.

Rusch (2022) govori tudi o junaškem vedenju, tj. vedenje, kjer pridobi eden ali več ljudi, oz. je vedenje, kjer je oseba, ki nudi pomoč, v smrtni nevarnosti. Becker in Eagly (2004, v Rusch, 2022) pravita, da so to večinoma moški. Rusch (2022) pa pravi, da je to res, če gre za fizično tvegano vedenje, da pa so vsa ostala tvegana vedenja značilna za oba spola. Za primer daje reševanje Judov pred nacisti v času holokavsta in darovanje ledvic. V vsakdanjem življenju srečujemo junaška dejanja pri reševanju iz gorečih stavb, utapljanju in različnih napadih na ljudi. V altruistično vedenje pa ne prišteva profesionalcev, kot so gasilci, policisti in reševalci, ker ne delajo volontersko. Raziskovalci ugotavljajo, da imajo junaški altruisti višjo stopnjo empatije ter so bolj odporni na distress.

Caprara in Alessandri (2012) sta naredila eksperiment, kjer je bilo 340 mladih odraslih zaprosenih, da donira s telefonom. Za plačilo 25 evrov pa so dobili v reševanje osebnostni vprašalnik. Rezultati so potrdili pričakovano tradicijo, da so pri donacijah pomembne osebnostne poteze. Prijaznost, vrednote preseganja samega sebe, empatija in prosocialnost predstavljajo povezavo med predispozicijami osebnosti in specifičnim vedenjem, kot je prosocialnost. So dobri prediktorji prosocialnega vedenja.

Grzyb (2016) pravi, da so terenske študije zahtevnejše in časovno zahtevne zaradi izpolnjevanja vprašalnikov. Zato je večina študij narejena v laboratorijih in s spletnim reševanjem vprašalnikov. Sam je naredil dve terenski študiji, ker ga je zanimalo vedenje v resnični situaciji

(študije »učinek opazovalca«). Darley in Latane (1968, v Grzyb, 2016) sta demonstrirala povezavo med številom prič v interakcijah in možnostjo, da bodo žrtve prejele pomoč. Ugotovila sta, da čim večje je število prič dogodka, kjer ljudje potrebujejo pomoč, manjša je možnost, da bodo pomoč prejeli. Grzybov (2016) prvi eksperiment govori o dveh dekletih, ki sta stopili na vlak in se pretvarjali, da se ne poznata. Usedli sta se skupaj, potem je ena odšla na stranišče in drugo prosila, da pazi na njen plašč. Drugo dekle je v tem času vzelo denar iz njenega plašča. Ko se je prva vrnila iz WC, sta po 2 minutah vlak zapustili, če nihče od potnikov ni reagiral na to dejanje. V drugi študiji je Grzyb ljudem samo opisal situacijo dveh deklet na vlaku s krajo denarja in jih vprašal, kaj bi v tem primeru naredili. Študija je vključevala 80 poskusnih oseb (40 za vsak eksperiment). Študiji sta prikazali različne rezultate. V terenski študiji je pomembno manj ljudi reagiralo na krajo kot v drugi študiji, kjer so jih glede tega spraševali. V slednji raziskavi je pomembno večji delež posameznikov odgovorilo, da bi se na krajo odzvali, saj so podajali socialno zaželeno odgovore. Grzyb (2016) zato poudarja pomembnost študij v resničnem življenju, saj so pomemben vir informacij o prosocialnem vedenju.

Tudi Sassenrath (2019) govori o tem, da se je v preteklih raziskavah pri odgovarjanju pokazalo pogosto podajanje socialno zaželenih odgovorov, ker je empatičnost zelo popularna in so empatični posamezniki zelo naklonjeni dajanju pomoči. Zato je izvedla dve raziskavi, kjer je želela pokazati, pod katerimi pogoji lahko znižamo podajanje socialno zaželenih odgovorov. Podajanje socialno zaželenih odgovorov je prisotno pri različnih vprašalnikih in v laboratorijskih eksperimentih zaradi potrebe po dajanju dobrega vtisa, kjer so posamezniki motivirani, da imajo drugi ljudje dobro mnenje o njih. V prvi študiji je vzela vzorec nemško govorečih in vzorec angleško govorečih oseb, ki so vprašalnik o svojem pričakovanem vedenju, ko nekdo potrebuje njihovo pomoč, izpolnjeval doma preko spleta. V drugi študiji je imela vzorec študentov, ki so vprašalnik o bolni osebi izpolnjevali v laboratoriju, kjer so jim med izpolnjevanjem opravljali fiziološke meritve (krvni pritisk, pulz, elektrodermalno aktivnost, sladkor in telesno temperaturo), da bi zagotovili zanesljivost odgovarjanja. Osebe so opozorili, da jih lahko izločijo, če ugotovijo, da lažejo, lahko pa tudi kadarkoli odstopijo. Posebej so naredili meritve primerov, kjer so dali resničen odgovor, in posebej takrat, ko so dali lažniv odgovor. Ugotovili so, da so v drugi študiji dobili manj empatičnih odgovor kot v prvi, v domačem okolju. Zato sklepajo, da pogoji odgovarjanja vplivajo na delež odgovorov, ki jih smatramo kot prosocialne.

Bati in Singh (2018) sta altruistična nagnjenja proučevala preko računalniškega sistema. Predpostavljata, da mobilne naprave predstavljajo manjši strošek kot metode z vprašalniki in metode v laboratoriju. Z naraščanjem osebnih in mobilnih naprav je življenje medirano s temi napravami. Vedno več uporabnikov svoje življenje uravnava s temi napravami, ki imajo svojo vrednost tudi v skrbi za zdravje, dobro počutje in načrtovanje. Ugotavljata, da nove metodologije z uporabo mobilnih telefonov ponujajo pomembno boljše rezultate tudi na področju altruističnih vedenj.

## 1.5 SPODBUJANJE PROSOCIALNEGA VEDENJA

Prosocialno vedenje bogati posameznika in družbo. Zato je R. Baumsteiger (2019) razvila nov, integrativen način za spodbujanje prosocialnega vedenja. Vključuje naslednje intervencije: gledanje videa, ki spodbuja prosocialno vedenje, uzakonjenje prosocialnega vedenja ter prikaz, kako se prosocialno vedenje odraža v posameznikovih vrednotah. Naredila je eksperiment s 116 mladostniki in mladimi odraslimi, ki so imeli 11-dnevno intervencijo prosocialnega vedenja. Ti pozitivni učinki pa so pomembni za prakso: prosocialno vedenje je možno spodbujati. Izkazalo se je, da so bile intervencije učinkovite in da so bili učinki vidni tudi en mesec po intervenciji. To pa je pomembno za razumevanje in spodbujanje prosocialnega vedenja. R. Baumsteiger (2019) meni, da je obdobje mladostništva in zgodnje odraslosti najprimernejše za spodbujanje prosocialnega vedenja. Pri mladostnikih se začne razvijati abstraktno mišljenje in razvoj identitete. Razvoj identitete pa je proces raziskovanja množice vrednot, prepričanj, vlog in vedenj, ki označujejo posameznika. Prav tako pa je pomembno spoznanje, da se vrednote, ki podpirajo prosocialno vedenje in se razvijejo v mladostništvu, ohranjajo tudi v odraslosti, kar podpirajo tudi raziskave.

## 1.6 NAMEN NALOGE

Za namen naloge smo izvedli terenski eksperiment, s katerim smo želeli ugotoviti, ali sodobna postmoderna družba sploh še ponuja prosocialno vedenje. Sodobna potrošniška in storilnostno naravnana družba spodbuja vrednote, ki človeka oddaljujejo od zadovoljujočih medsebojnih odnosov in s tem sreče. Spodbuja se hedonizem, tekmovalnost in uspeh, ki se meri s statusom,

oblastjo in materialnimi dobrinami. Zanimalo nas je, v kolikšni meri se v slovenskem okolju pojavlja altruistično vedenje in kateri dejavniki vplivajo nanj. Odločili smo se za eksperiment, ker predhodne raziskave kažejo na pojav socialno zaželenih odgovorov pri odgovarjanju na vprašalnikovih. Glede na problem in predhodne raziskave smo si zastavili naslednja raziskovalna vprašanja:

- Ali ljudje pomagajo pri iskanju določene lokacije?
- Ali večji delež ljudi pomaga pri iskanju bližnje ali daljne lokacije?
- Na kakšne načine ljudje nudijo pomoč?
- Ali osebe, ki nudijo pomoč, sodelujejo pri ostalem prostovoljnem delu?
- Ali videz iskalca poti vpliva na delež ljudi, ki pomagajo?

## 1.7 HIPOTEZE

H1: Ljudje se bodo bolj pogosto odločili pomagati, kot pa da ne bi pomagali.

H2: Ženske se bodo bolj pogosto odločile pomagati kot moški.

H3: Starejše osebe bodo bolj pogosto pripravljene pomagati pri iskanju poti.

H4: Delež oseb, ki bodo pomagale na bližnji lokaciji, bo višji kot delež oseb, ki bodo pomagale na bolj oddaljeni lokaciji.

H5: Mlajše osebe bodo pogosteje pomagale s pametnim telefonom, starejše pa verbalno.

H6: Manjši delež ljudi bo pomagal osebi z neobičajnim videzom.

H7: Osebe, ki nam bodo pomagale, tudi sicer pogosteje pomagajo.

## 2 METODE DE LA

### 2.1 VZOREC

Tabela 2. Prikaz strukture celotnega vzorca

star	moški									ženske									skupno			
	18 do 25	26 do 35	36 do 45	46 do 60	nad 60	18 do 25	26 do 35	36 do 45	46 do 60	nad 60	18 do 25	26 do 35	36 do 45	46 do 60	nad 60							
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	delež(%)		
bv	7	5	6	4	4	3	3	2	2	1	4	3	7	5	6	4	5	4	6	4	50	37
ov	9	7	6	4	4	3	6	4	5	4	5	4	5	4	6	4	6	4	3	3	55	40
on	2	1	3	2	3	2	1	1	3	2	5	4	5	4	3	2	3	2	3	2	31	23
skupaj	18	13	15	11	11	8	10	7	10	7	14	10	17	13	15	11	14	10	12	9	136	100

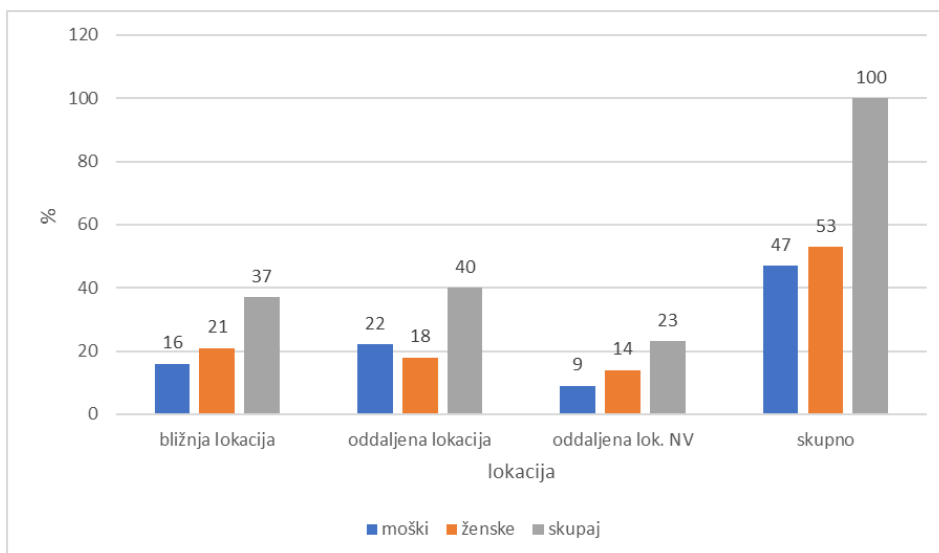
*Opomba:*

bv = bližnja lokacija in vsakdanji videz

ov = oddaljena lokacija in vsakdanji videz

on = oddaljena lokacija in neobičajen videz

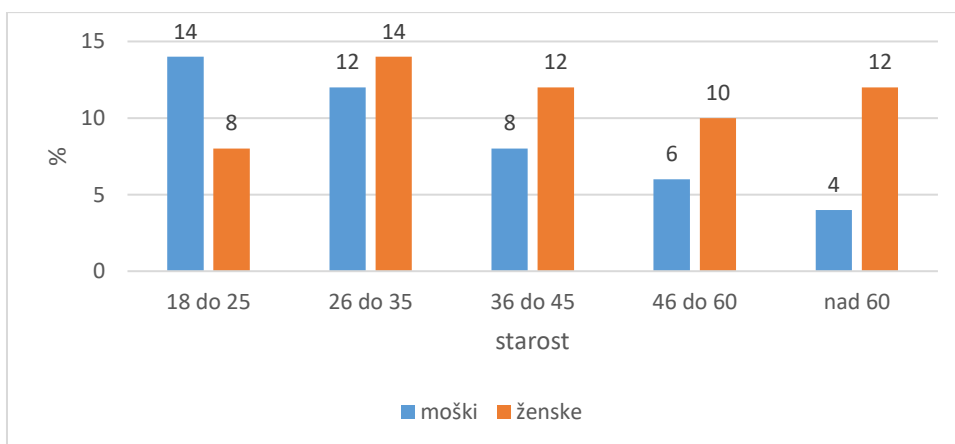
Vzorec je sestavljalo 136 oseb, od tega 64 moških in 72 žensk. 7 % oseb je bilo na bližnji lokaciji, 40 % na oddaljeni lokaciji in 23 % oseb na oddaljeni lokaciji raziskovalcem z neobičajnim videzom. Starostna struktura je naslednja: 13 % oseb od 18 do 25 let moških in 10 % žensk, 11 % moških in 13 % žensk od 26 do 35 let, 8 % moških in 11 % žensk od 36 do 45 let, 7 % moških in 10 % žensk od 46 do 60 let ter 7 % moških in 9 % žensk nad 60 let.



Slika 1.

Prikaz strukture celotnega vzorca glede na spol in lokacijo

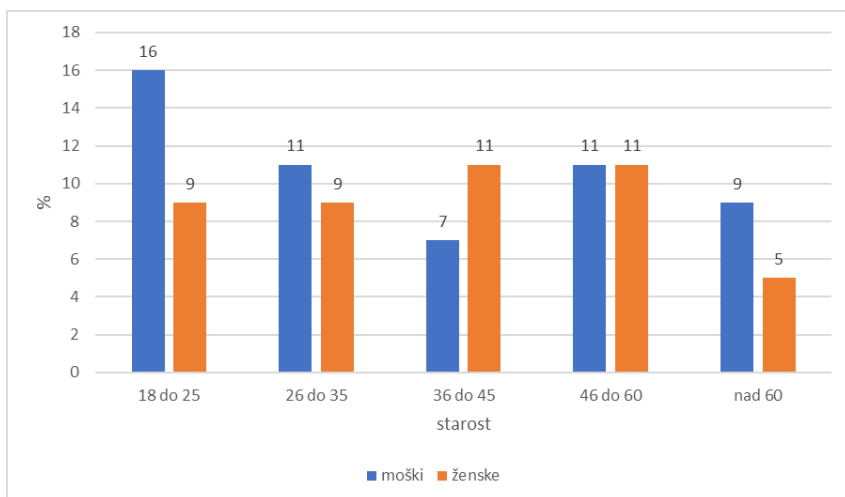
Na bližnji lokaciji je sodelovalo 16 % moških in 21 % žensk celotnega vzorca, na oddaljeni lokaciji je sodelovalo 22 % moških in 18 % žensk celotnega vzorca in na oddaljeni lokaciji z raziskovalcem neobičajnega videza je sodelovalo 9 % moških in 14 % žensk celotnega vzorca.



Slika 2.

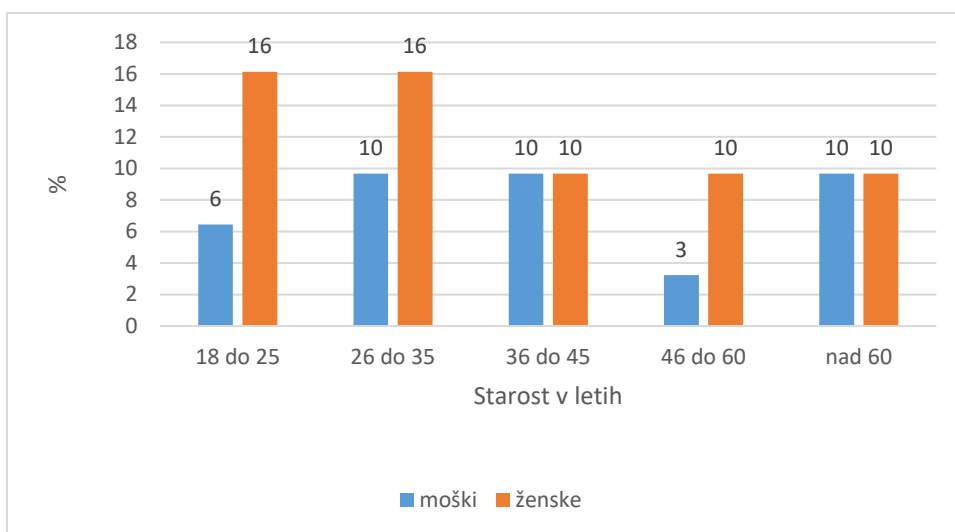
Spolna in starostna struktura vzorca pri iskanju poti do bližnje lokacije (nudile pomoč ali odklonile)

V vzorec pri trgovini Mercator smo zajeli 50 odraslih oseb. 44 % je bilo moškega spola, ostalo so bile ženske, od tega je bilo 14 % moških in 8 % žensk od 18 do 25 let, 12 % moških in 14 % žensk od 26 do 35 let, 8 % moških in 12 % žensk od 36 do 45 let, 6 % moških in 10 % žensk od 46 do 60 let ter 4 % moških in 12 % žensk nad 60 let.



Slika 3. Spolna in starostna struktura vzorca oseb, ki so pomagale na oddaljeni lokaciji

Na oddaljeni lokaciji je sodelovalo 55 udeležencev: 16 % moških in 9 % žensk od 18 do 25 let, 11 % moških in 9 % žensk od 26 do 35 let, 7 % moških in 11 % žensk v starosti od 36 do 45 let, 11 % moških in 11 % žensk od 46 do 60 let ter 9 % moških in 5 % žensk v starosti nad 60 let.



Slika 4.

Spolna in starostna struktura vzorca oseb, ki so pomagale pri iskanju na oddaljeni lokaciji z neobičajnim videzom

V vzorec za iskanje poti do Zdravstvenega doma Novo mesto (z raziskovalcem z obarvanimi lasmi) smo zajeli 31 oseb, od tega je bilo 61 % ženskega spola, ostalo so bili moški. Od tega je bilo 6 % moških in 16 % žensk v starosti od 18 do 25 let, 10 % moških in 16 % žensk v starosti

od 26 do 35 let, 10 % moških in 10 % žensk v starosti od 36 do 45 let, 3 % moških in 10 % žensk v starosti od 36 do 60 let ter 10 % moških in 10 % žensk v starosti nad 60 let.

## 2.2 INŠTRUMENT

Za naš eksperiment sva raziskovalca uporabila strukturiran intervju, kjer so zajeta vprašanja, ki sva jih osebam zastavila (priloga 1), ne glede na to, ali so pomagale ali ne. Zapisala sva spol in način pomoči. Vprašala sva:

- starost osebe,
- zakaj je bil/a pripravljen pomagati ali zakaj je pomoč odklonil/a,
- ali kdaj pomaga sosedom,
- ali kdaj daruje prostovoljnim organizacijam in
- ali deluje v kakšni prostovoljni organizaciji in zakaj se je odločil/a za prostovoljstvo.

## 2.3 POTEK RAZISKAVE

Najprej smo poiskali in pregledali literaturo ter naredili načrt raziskave. Izbrali smo si dve lokaciji, kjer smo naključne mimoidoče polnoletne osebe spraševali po nasvetu in pomoči, kako se do tam pride. Izbrali smo manjšo Mercatorjevo trgovino, ki je oddaljena 250 metrov od mesta, kjer smo spraševali (bližnja lokacija) in Zdravstveni dom Novo mesto, ki je od lokacije spraševanja oddaljen 700 metrov (oddaljena lokacija). Na tej lokaciji sva 50 oseb spraševala običajno urejena, 31 oseb pa sva spraševala z neobičajnim videzom (eden od raziskovalcev si je lase pobarval v zeleno roza z bleščicami in spraševal po nasvetu za pot). Eksperiment smo izvajali novembra in decembra 2024. Osebe smo ustavili in po njihovem odzivu (bodisi nudenju pomoči ali odklonitvi pomoči) smo udeležencem pojasnili, da izvajamo raziskavo in predstavili njen namen ter vprašali ali jih lahko anonimno vključimo vanjo. Po soglasju smo jih vprašali po spolu in starosti ter zakaj so bili oziroma niso bili pripravljeni pomagati. Zatem smo preverili še pogostost pomoči sosedom ter sodelovanje v prostovoljnih organizacijah (darovanje sredstev, vključenost v prostovoljne organizacije ter razloge za prostovoljstvo). Odgovore smo zapisovali. Potem smo jih prešteli in oblikovali grafe in tabele s frekvencami in odstotki.

### 3 REZULTATI

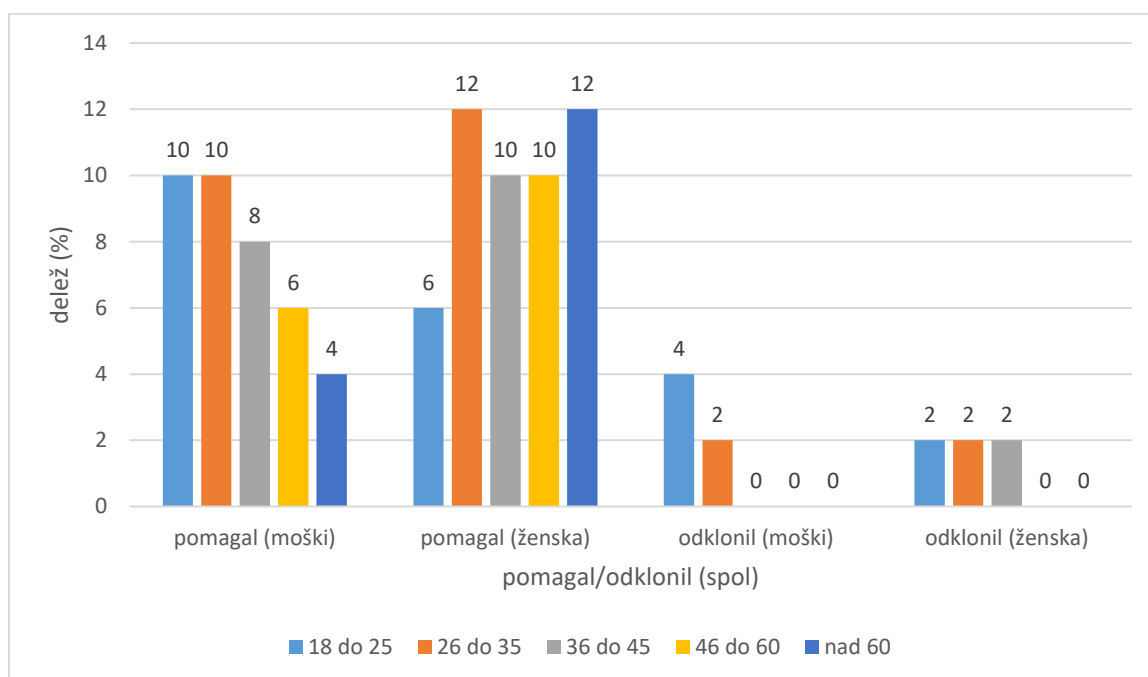
#### 3.1 POGOSTOST POMOČI OSEB

Tabela 3. Prikaz deleža pomoči oseb in tistih, ki so pomoč odklonile

	pomagal				odklonil				skupno	
	moški		ženske		moški		ženske		f	delež(%)
	f	delež(%)	f	delež(%)	f	delež(%)	f	delež(%)		
bližnja lokacija	19	38	25	50	3	6	3	6	50	37
oddaljena lokacija	25	45	18	33	5	9	7	13	55	40
oddaljena lok. neob. videz	9	29	17	55	3	10	2	6	31	23
skupaj	53	39	60	44	11	8	12	9	136	100

Pri iskanju lokacije je pomagalo 53 oz. 82,8 % vseh moških in 60 oz. 83,3 % vseh žensk.

#### 3.2 POGOSTOST POMOČI OSEB GLEDE NA STAROST, SPOL IN LOKACIJO

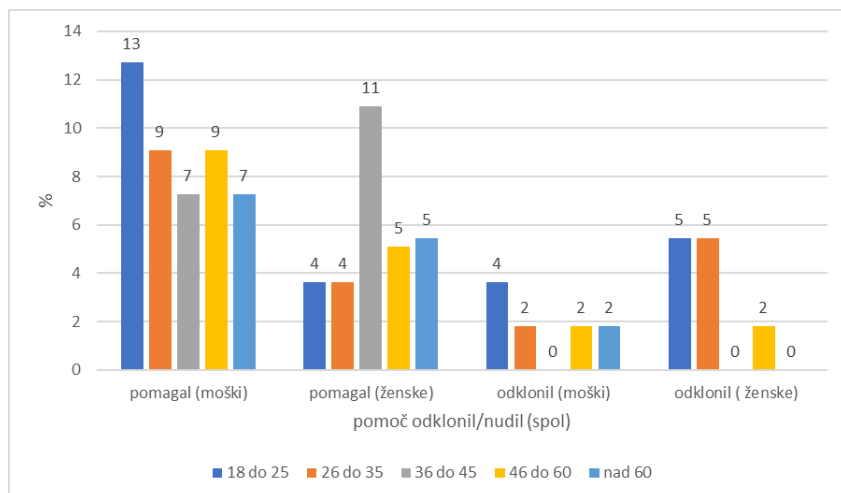


Slika 5.

Delež vseh oseb po starosti in spolu, ki so pomoč nudile ali odklonile pri iskanju poti za bližnjo lokacijo

Iz Slike 5 vidimo, da je pri iskanju bližnje lokacije pomoč odklonilo 12 % vprašanih oseb, za nudenje pomoči pa se je odločilo 88 % oseb. Pomagalo je 16 % oseb v starosti med 18 in 25 let, 22 % oseb v starosti med 26 in 35 let, 18 % oseb v starosti med 36 in 45 let, 16 % oseb v

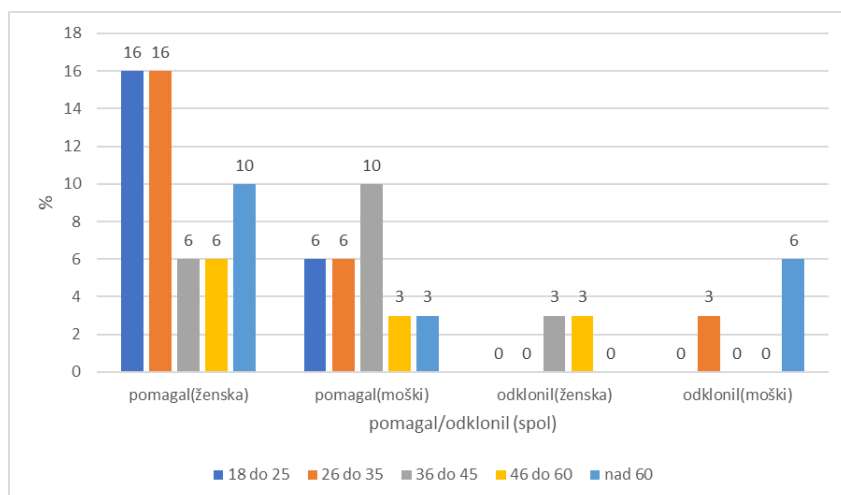
starosti med 46 in 60 let ter 16 % oseb starejših od 60 let. V primeru bližnje lokacije so se najbolj pogosto za nudenje pomoči odločali mladi odrasli med 26 in 35 let.



Slika 6.

*Delež vseh oseb po starosti in spolu, ki so pomoč nudile ali odklonile pri iskanju poti za oddaljeno lokacijo*

Na Sliki 6 vidimo, da je na oddaljeni lokaciji odklonilo pomoč 12 % oseb. Med slučajnimi udeleženci je pomagalo 45 % moških in 29 % žensk. Na oddaljeni lokaciji se je za pomoč odločilo 17 % oseb med 18 in 25 let, 13 % oseb med 26 in 35 let, 18 % med 36 in 45 let, 14 % oseb med 46 in 60 let ter 12 % nad 60 let.

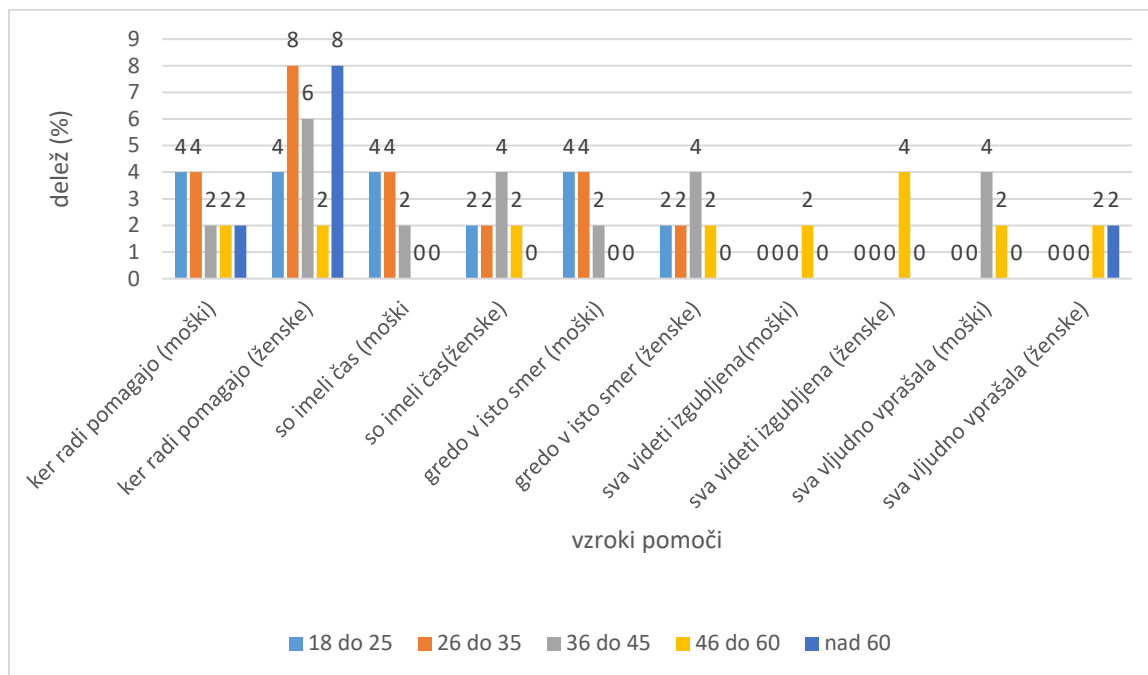


Slika 7.

*Delež vseh oseb po starosti in spolu, ki so pomoč nudile ali odklonile pri iskanju poti za oddaljeno lokacijo raziskovalcu z neobičajnim videzom*

Pomoč pri iskanju poti na oddaljeni raziskovalcu z neobičajnim videzom je odklonilo 15 %

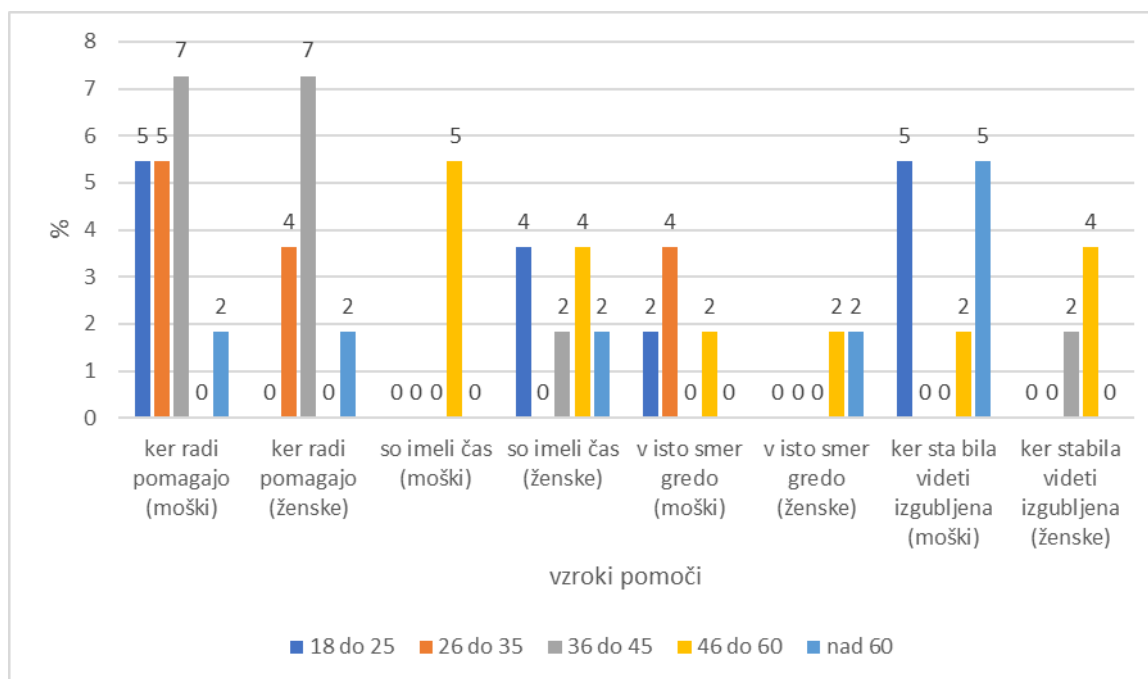
oseb. Pot je pomagalo iskati 48 % oseb, ki so bile stare od 18 do 36 let (večinoma ženske). Na tej lokaciji pa ni bilo veliko starejših oseb, ki bi jih lahko vključili v raziskavo.



Slika 8.

#### Vzroki pomoči pri iskanju poti za bližnjo lokacijo

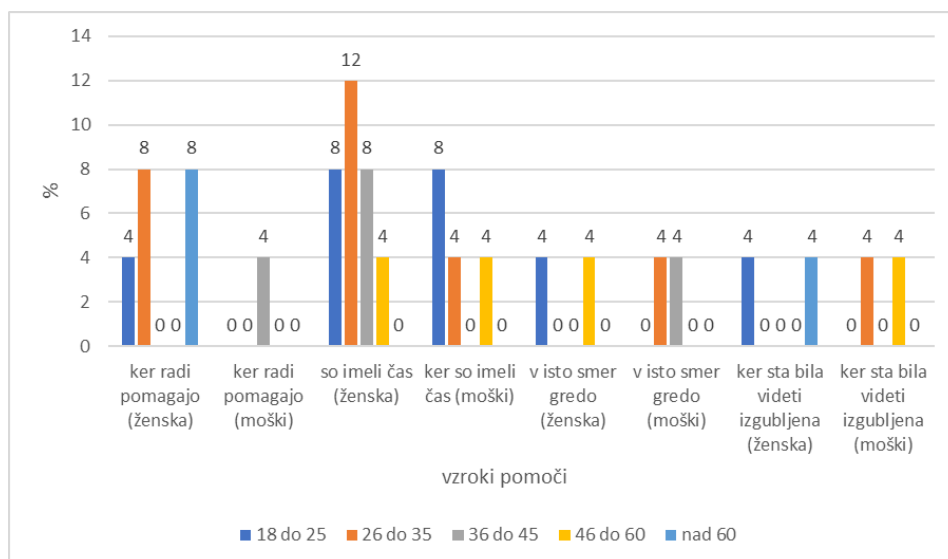
Iz grafa vidimo, da je 14 % moških in 28 % žensk pomagalo zato, ker radi pomagajo 10 % procentov moških in 10 % žensk je pomagalo zato, ker so imeli čas. 6 % moških in 4 % žensk pa je sodelovalo zato, ker sva vljudno vprašala.



Slika 9.

*Vzroki pomoči pri iskanju poti za oddaljeno lokacijo*

V grafu vidimo, da na oddaljeni lokaciji 19 % moških in 13 % žensk, pomaga zato, ker radi pomagajo. 5 % moških in 12 % žensk pomaga zato, ker so imeli čas. 12 % moških in 6 % žensk pomaga zato, ker sva bila videti izgubljena. Starejši od 46 do 60 let so pomagali zato, ker sva bila videti izgubljena. Mlajši pa so pomagali zato, ker radi pomagajo.

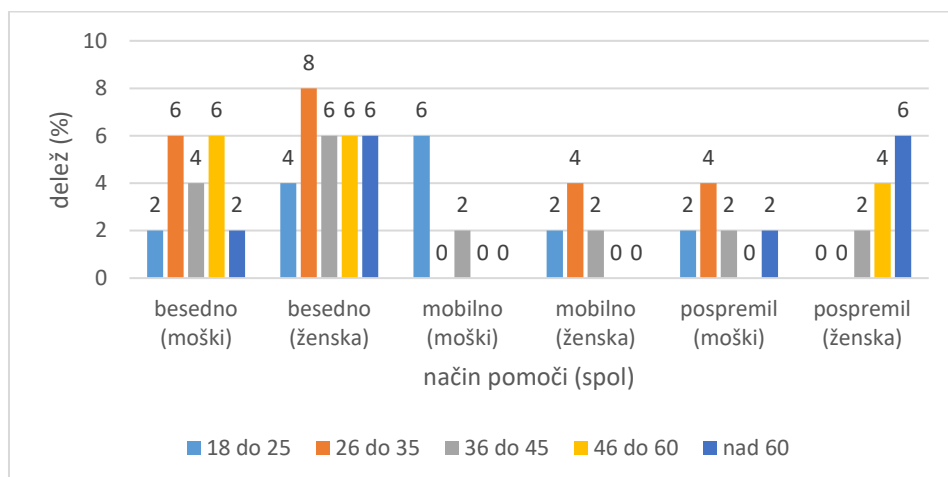


Slika 10.

*Vzroki pomoči pri iskanju poti za oddaljeno lokacijo – neobičajen videz*

V grafu vidimo, da se podobni vzroki za pomoč pojavljajo tudi raziskovalcu z neobičajnim videzom. 32 % žensk in 16 % moških je pomagalo zato, ker so imeli čas. Zato, ker radi pomagajo, pa je pomagalo 20 % žensk in 4 % moških.

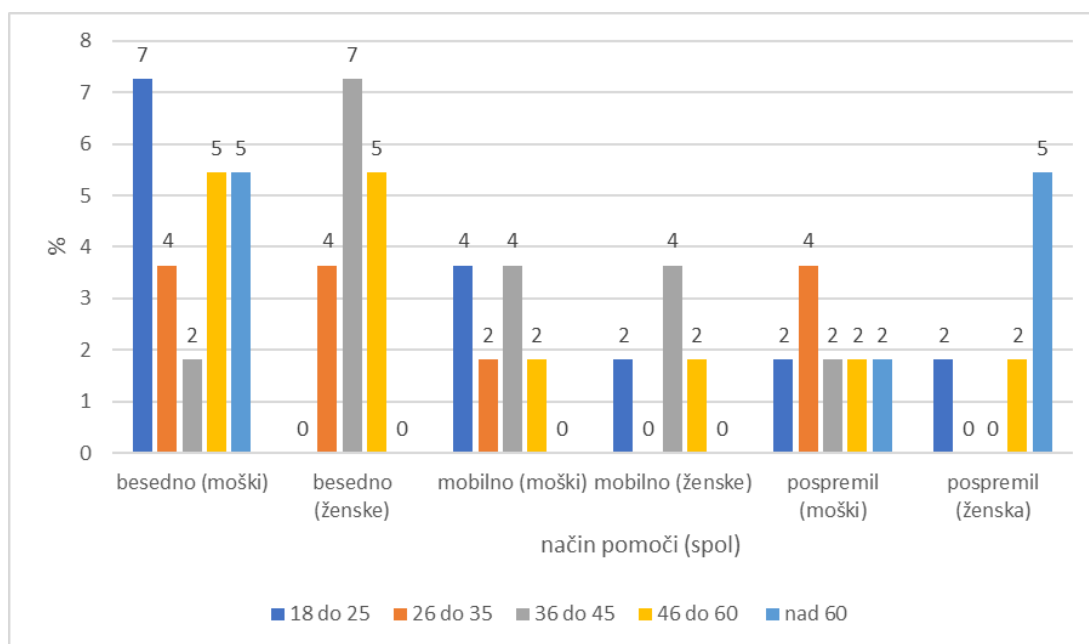
### 3.3 NAČINI POMOČI OSEB



Slika 11.

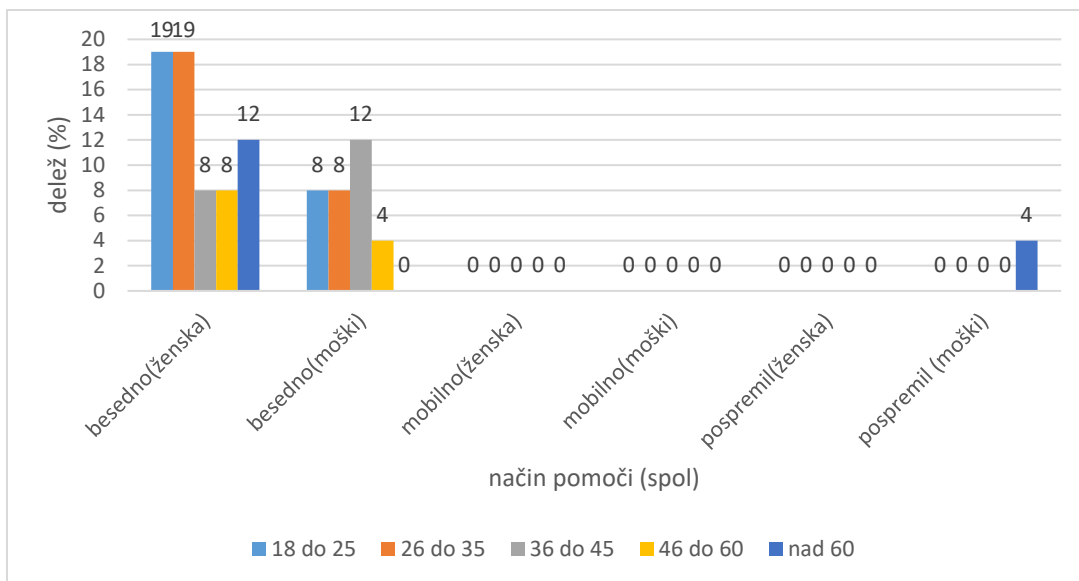
*Vrsta nudene pomoči pri iskanju poti za bližnjo lokacijo*

Iz Slike 11 vidimo, da so moški in ženske v največjem deležu pomagali besedno (50 % oseb), z mobilnim telefonom 16 % oseb, pospremiti pa naju je hotelo 22 % oseb, ostali so pomoč odklonili.



Slika 12. Vrsta nudene pomoči pri iskanju poti za oddaljeno lokacijo

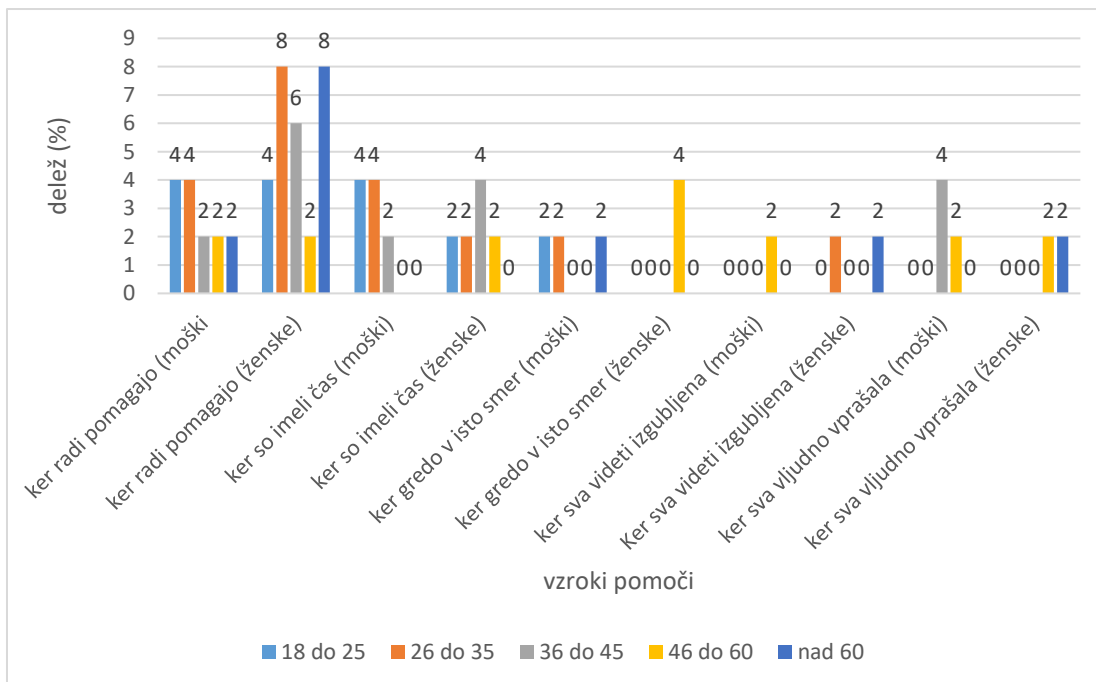
Iz Slike 12 vidimo, da so ljudje v največji meri pomagali besedno (39 %) tudi na oddaljeni lokaciji. Mobilno jih je pomagalo 20 %, pospremit pa naju je želelo 21 % oseb.



Slika 13.

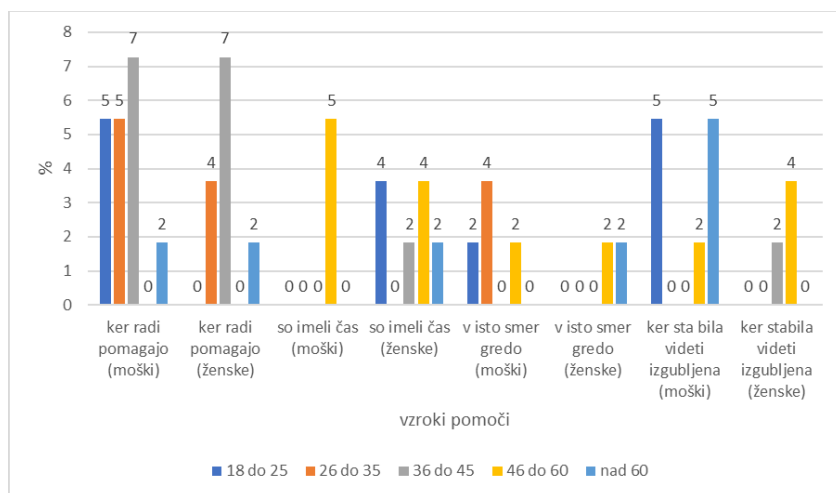
Vrsta nudene pomoči pri iskanju oddaljene lokacije raziskovalcu z neobičajnim videzom

Raziskovalcu z neobičajnim videzom so osebe pomagale besedno, tako moški kot ženske, 4 % pa ga je želelo pospremiti.



Slika 14. Vzroki pomoči na bližnji lokaciji

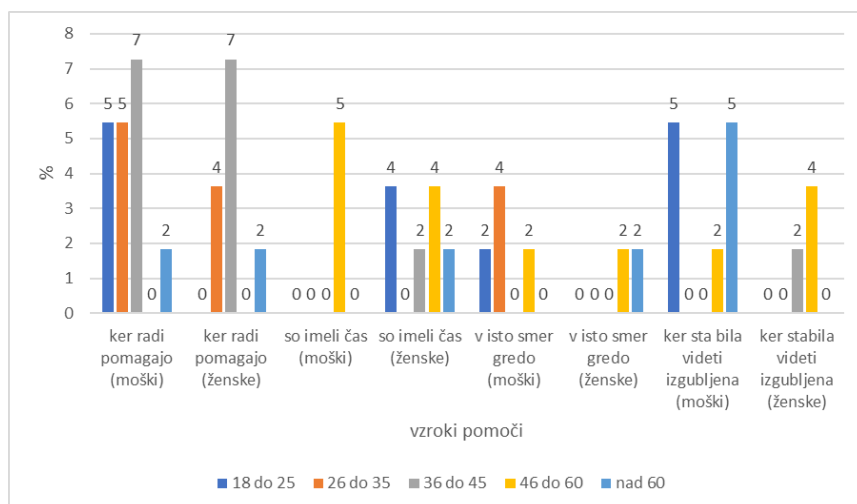
Na bližnji lokaciji je največji delež oseb odgovoril, da so pomagali zato, ker radi pomagajo (42 %), ostali so odgovarjali: ker so imeli čas (16 %), ker gredo v isto smer (10 %), ker sta bila videti izgubljena (6 %) in ker sta vljudno vprašala (10 %).



Slika 15.

#### Vzroki za pomoč na oddaljeni lokaciji

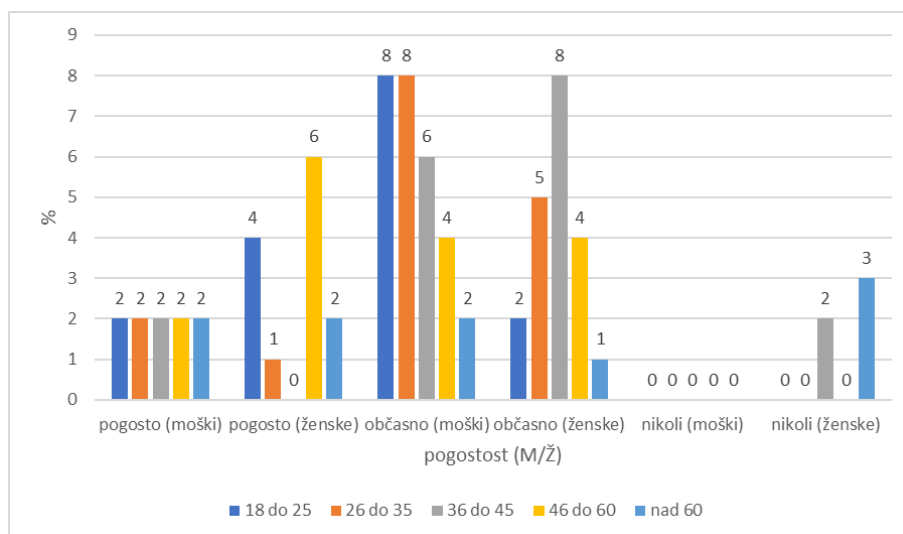
Tudi na oddaljeni lokaciji je največji delež oseb pomagal zato, ker radi pomagajo (32 %), ostali so pomagali: ker so imeli čas (17 %), ker gredo v isto smer (14 %), ker sta bila videti izgubljena (18 %).



Slika 16. Vzroki za pomoč na oddaljeni lokaciji raziskovalcu z neobičajnim videzom

Raziskovalcu z neobičajnim videzom na oddaljeni lokaciji je prav tako največji delež oseb pomagal zato, ker radi pomagajo (32 %), ostali pa so odgovarjali tako: ker so imeli čas (17 %), ker gredo v isto smer (12 %) in ker sta bila videti izgubljena (18 %).

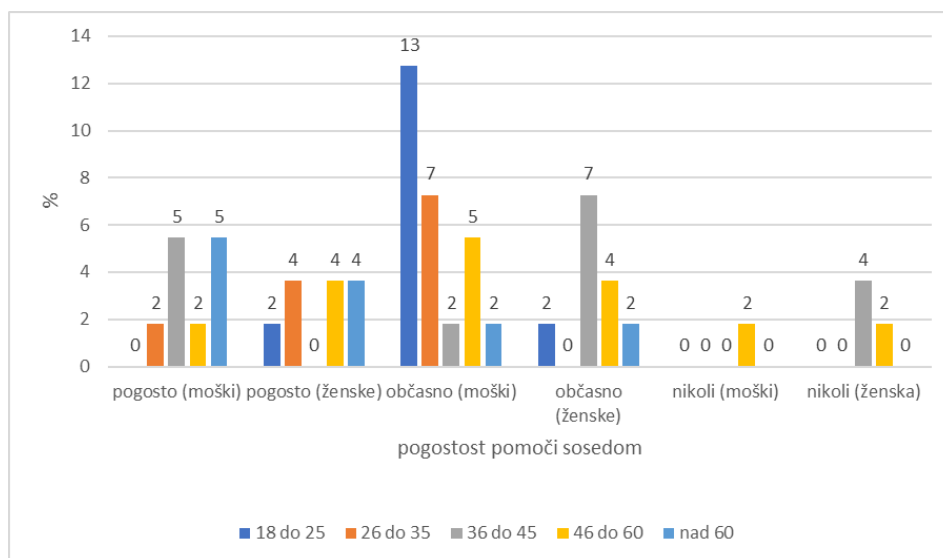
### 3.4 PROSTOVOLJNA POMOČ OSEB NA RAZLIČNIH PODROČJIH



Slika 17.

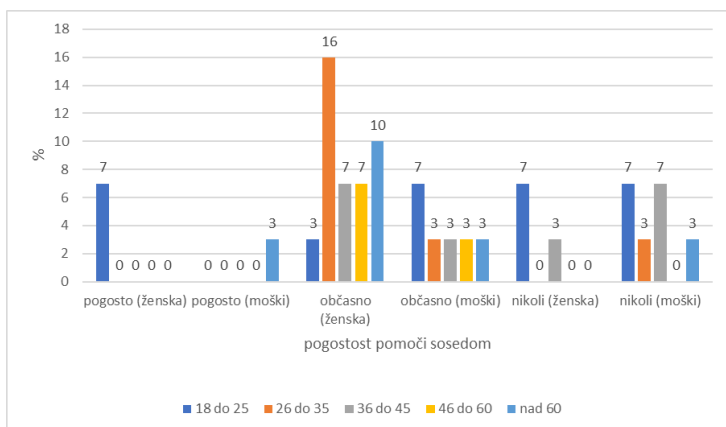
Pogostost pomoči sosedom na bližnji lokaciji

Na bližnji lokaciji največji delež udeležencev sosedom pomaga občasno (48 %).



Slika 18. Pogostost pomoči sosedom oseb na oddaljeni lokaciji

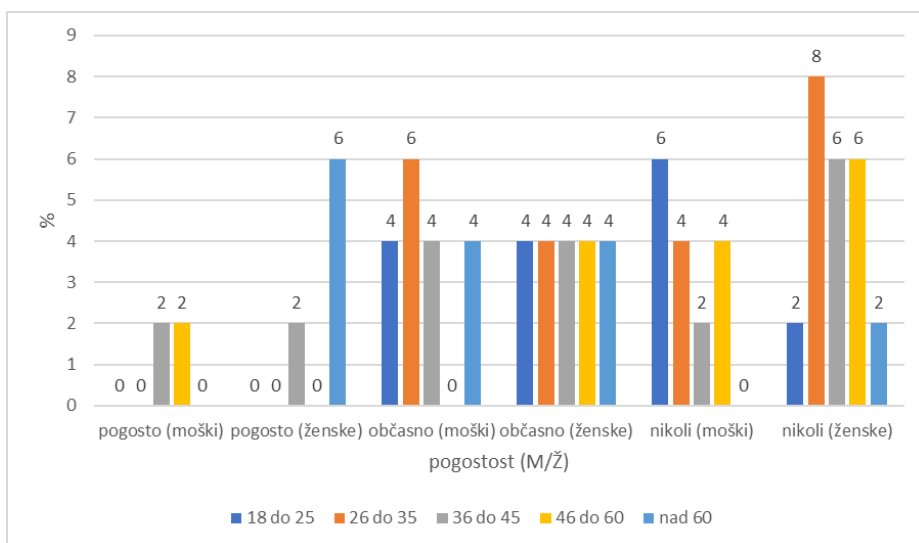
Največji delež oseb na oddaljeni lokaciji občasno pomaga sosedom (44 %), pogosto jim pomaga (28 %), nikoli pa 8 %.



Slika 19.

*Pogostost pomoči sosedom oseb na oddaljeni lokaciji – neobičajen videz*

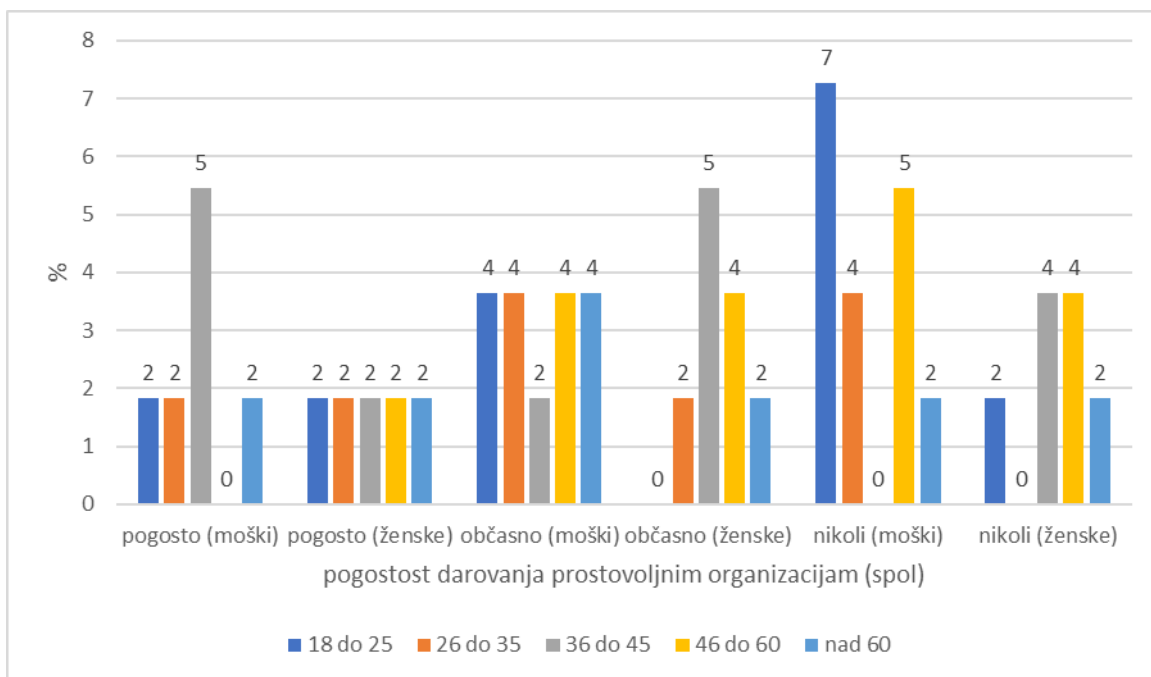
Osebe, ki so pomagale raziskovalcu z neobičajnim videzom na oddaljeni lokaciji prav tako v največjem deležu poročajo, da občasno pomagajo sosedom (46 %), 7 % pogosto in nikoli 30 % oseb.



Slika 20.

*Pogostost darovanja oseb prostovoljnim organizacijam na bližnji lokaciji*

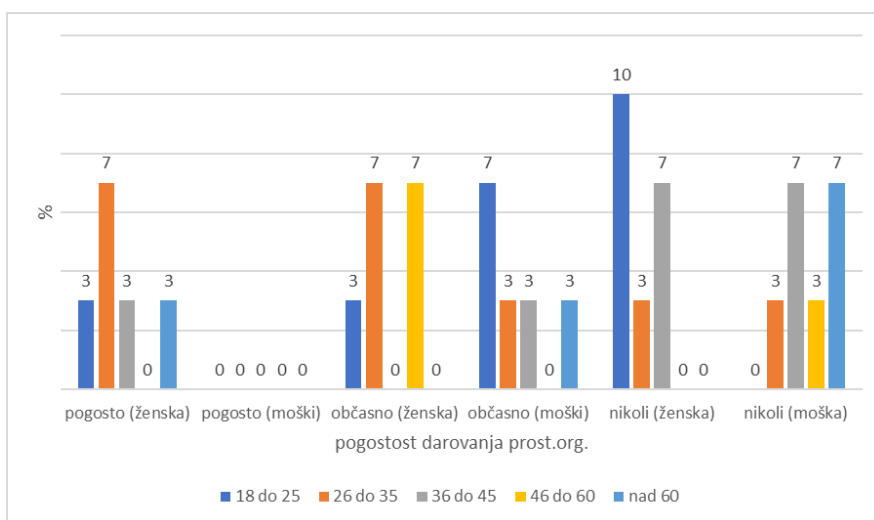
Osebe na bližnji lokaciji v največjem deležu darujejo občasno (36 %), 24 % pa ne daruje nikoli.



Slika 21.

*Pogostost darovanja prostovoljnim organizacijam oseb na oddaljeni lokaciji*

Osebe na oddaljeni lokaciji v največjem deležu občasno darujejo prostovoljnim organizacijam (27 %), pogosto jih daruje 21 %, nikoli pa 30 %.



Slika 22.

*Pogostost darovanja prostovoljnim organizacijam oseb na oddaljeni lokaciji – neobičajni videz*

Osebe, ki so pomagale raziskovalcu z neobičajnim videzom na oddaljeni lokaciji, v največjem deležu občasno darujejo prostovoljnim organizacijam (33 %), pogosto 16 % in nikoli 40 % oseb.

*Tabela 1.*

*Delež oseb, ki sodelujejo v prostovoljnih organizacijah (skupno)*

	MOŠKI		ŽENSKE		SKUPAJ	
	f	delež (%)	f	delež (%)	f	delež (%)
DA	16	14	16	14	32	28
NE	37	33	44	39	81	72

V prostovoljnih organizacijah sodeluje 28 % oseb našega vzorca. V odgovorih navajajo, da zaradi pridobivanja izkušenj, občutka koristnosti ali ker so sami imeli podobno izkušnjo.

## 4 RAZPRAVA

Odločili smo se za raziskavo na področju altruističnega vedenja, ker se nama zdi, da je tega danes vse manj, je pa pomembno za funkcioniranje družbe. Ker sva v literaturi prebrala, da ljudje na vprašalnikih dajejo socialno zaželene odgovore, sva se odločila za eksperimentalno metodo.

Na bližnji lokaciji je pomoč odklonilo 12 % oseb, na oddaljeni lokaciji 22 % oseb in na oddaljeni lokaciji raziskovalcev z neobičajnim videzom je odklonilo pomoč 16 % oseb. V celotnem vzorcu je v povprečju odklonilo pomoč 5 %. To nas preseneča, saj takšnega sodelovanja nismo pričakovali. Mogoče je bila ta naloga za ljudi dovolj enostavna in ni zahtevala veliko časa oseb, tako so bile za to pripravljene sodelovati. Sicer je bila ljudem težava, da so odgovarjali na dodatna vprašanja po tem, ko smo jim povedali, da sva raziskovalca, vendar so bili na začetno vprašanje v velikem deležu pripravljene odgovarjati. Predvidevamo, da ob nalogi, ki bi zahtevala več njihovega vložka, ne bi bilo takšnega deleža sodelujočih, kar je pomembno vedeti za prihodnje raziskovanje. Med vzroki pomoči, pa so osebe na vseh treh lokacijah v največjem deleže navajale, da so pomagali zato, ker radi pomagajo, torej pomoč kot dejanje, kjer ni bilo vnaprej obljubljenih nagrad ali povračila za to dejanje (Bar-Tal, 1986). Na drugem mestu je vzrok: ker so imeli čas, torej so osebe ocenile, da izgubljen čas ni tolikšen, da bi jih oviral na njihovi poti (Ule, 2009, v Koželj, 2016), enako velja za vzrok, da gredo v isto smer (niso izgubljali časa). Zanimiva pa sta odgovora, ki se nanašata na raziskovalca: da sta videti izgubljena in sta vljudno vprašala. Iz česar lahko sklepamo, da osebe so ocenjevale podobo raziskovalcev oz. ali jima je vredno pomagati ali ne. Podobno ugotavlja tudi DeSteno (2015), ki pravi, da ljudje izberejo, kdo je vreden pomoči.

Na osnovi povedanega lahko hipotezo 1 sprejmemo. Delež oseb, ki je pomagal, je večji kot delež oseb, ki ni pomagal in to na vseh treh lokacijah.

Ugotavljamo, da je 44 % žensk 41 % moških nudilo pomoč, ostali so odklonili. Največji delež žensk je nudil pomoč na bližnji lokaciji in nato na oddaljeni lokaciji raziskovalcu z neobičajnim videzom. Na oddaljeni lokaciji raziskovalcu z običajnim videzom pa je pomoč nudilo več moških oseb. Rezultati so v skladu s preteklimi raziskovalci (Nakavachara, 2017), med katerimi Johnson (2000) pravi, da so pri majhnem vložku bolj altruistične ženske. Tudi v našem primeru raziskovanja gre za majhen vložek, ki so ga ljudje morali narediti. Rezultati nas torej niso presenetili, ženske so verjetno tiste, ki so v današnjih zahodnih družbah vzgajane bolj

prosocialno, naravnane k ljudem in pomoči. To opazimo tudi v bolj »ženskih« poklicih, saj ženske pogosteje izbirajo poklice, kjer je potrebno pomagati ljudem.

Na osnovi tega lahko hipotezo 2 sprejmemo. Pri ženskem spolu je višji delež oseb, ki so pripravljene pomagati pri iskanju poti.

Iz rezultatov je razvidno, da je na bližnji lokaciji nudilo pomoč 22 % oseb starih nad 46 let, na oddaljeni lokaciji 36 % oseb in 22 % na oddaljeni lokaciji raziskovalcu z neobičajnim videzom. Rezultati so nas presenetili, saj smo v dostopni literaturi našli, da s starostjo altruizem narašča (Sparrow idr.), vendar pa tudi oni predlagajo longitudinalne raziskave, da se ugotavlja učinek starosti, ker se pojavlja variiranje virov. Mogoče pri eksperimentalni raziskavi, kjer je potreben manjši vložek, pomagajo osebe vseh starosti, raziskovalci pa so večinoma to ugotavljali na osnovi samoporočanja na vprašalnikih, kjer ljudje lahko dajejo socialno zaželene odgovore. Tako Grzyb (2016) poudarja pomembnost študij v resničnem življenju, ker so pomemben vir informacij o prosocialnem vedenju.

Na osnovi tega hipotezo 3 zavrnamo. Starejše osebe niso bolj pogosto pomagale pri iskanju poti.

Na bližnji lokaciji je 94 % oseb pomagalo pri iskanju poti, na oddaljeni lokaciji pa 79 %. To je pričakovano, saj je bil pri bližnji lokaciji potreben manjši vložek njihovega truda. Pri oddaljeni lokaciji predstavlja zaviralce altruističnega vedenja ocena izgube časa kako pojasniti in povedati v določenem času (Ule, 2009, v Koželj, 2016). Prav tako pa so za pomoč pomembne tudi osebnostne poteze posameznikov: prijaznost, vrednote preseganja samega sebe, empatija, prosocialnost, kar se je v našem eksperimentu odrazilo in to tudi s svojim eksperimentom poudarjata Caprara in Alessandri (2012).

Na osnovi tega lahko hipotezo 4 sprejmemo. Delež oseb, ki so pomagale na bližnji lokaciji, je večji kot delež oseb, ki so pomagale na oddaljeni lokaciji.

Rezultati kažejo, da se je manjši delež oseb poslužilo mobilnega telefona, da bi raziskovalcema pokazalo pot. Raziskovalcu z neobičajnim videzom ni tako pomagal nihče, pri običajnem videzu so bile to na bližnji lokaciji osebe do 45 let, na oddaljeni lokaciji pa tudi 4 % oseb v starosti od 46 do 60 let. To nas ni presenetilo, saj so z mobilnimi telefoni bolj spretni mlajši ljudje, na oddaljeni lokaciji pa so se potrudili tudi nekoliko starejši, saj je bila naloga zahtevnejša in je zahtevala večji vložek osebe. Tudi Bati in Sing (2018) ugotavljata, da so mobilne naprave danes pomembne tudi na področju altruističnega vedenja in bi zato lahko v

prihodnje načrtovali raziskavo, kjer bi oddaljene kraje iskali tako, da bi udeležencem sugerirali mobilni telefon ter bi tako natančneje lahko ugotavljali deleže mlajših in starejših oseb, ki to znajo uporabljati.

Na osnovi tega lahko hipotezo 5 sprejmemo. Mlajše osebe so bolj pogosto pomagale s pametnim telefonom kot starejše.

Rezultati kažejo, da je na bližnji lokaciji pomoč odklonilo 12 % oseb, na oddaljeni lokaciji z običajnim videzom 22 % oseb in na oddaljeni lokaciji z neobičajnim videzom 15 % oseb. Naša pričakovanja se niso uresničila, saj smo na oddaljeni lokaciji z neobičajnim videzom pričakovali največ odklonilnega vedenja. Raziskava DeStena (2015) namreč sugerira, da je povezava med zaznano podobnostjo in empatijo lahko »bidirektna« (empatija lahko povzroči, da druge posameznike lahko zaznamo kot bolj podobne nam samim). Pričakovali smo, da so dvobarvno obarvani lasje dovolj neobičajni, da ljudje ne bodo zaznali podobnosti z njimi ali njihovimi poznanimi in zato ne bodo pomagali. Verjetno videz ni bil dovolj neobičajen ali pa imajo med svojimi poznanimi že take osebe in so zaznali, da je potrebno tudi tej osebi pomagati.

Na osnovi tega lahko hipotezo 6 ovržemo. Raziskovalcu z neobičajnim videzom na oddaljeni lokaciji, je pomagal večji delež oseb kot raziskovalcu z običajnim videzom na oddaljeni lokaciji.

Iz rezultatov razberemo, da osebe, ki so nudile pomoč na vseh treh lokacijah, v največjem deležu občasno pomagajo sosedom, darovanje prostovoljnim organizacijam pa je v manjšem deležu kot pomoč sosedom, verjetno zato, ker zahteva materialno ali finančno darovanje, ker jim predstavlja več vložka in je zato zahtevnejše. Primerjave z osebami, ki so odklonile pomoč, nismo mogli narediti, ker si ti udeleženci niso vzeli časa za odgovarjanje. Rezultati nakazujejo, da je prosocialno vedenje v naši družbi prisotno, ne samo v obliki pomoči na ulici, ampak se ljudje odločajo in vključujejo tudi v druge oblike prosocialnega vedenja, ki jih po svojih zmožnostih uresničujejo. Menimo, da je zelo pomemben vložek, ki so ga za altruistična vedenja ljudje pripravljeni dati, zato je manj darovanja prostovoljnim organizacijam. Vendar pa velik delež našega slučajnega vzorca sodeluje v prostovoljnih organizacijah zaradi občutka koristnosti, pridobivanja izkušenj ali ker so sami imeli podobno izkušnjo. To se nam zdi spodbudno.

Hipoteze 7 ne moremo ne sprejeti, ne ovreči, saj nimamo podatka za osebe, ki niso pomagale. Iz rezultatov pa je razvidno, da osebe, ki so pripravljene pomagati, pomagajo tudi v vsakdanjem življenju.

## 5 SKLEPNE MISLI IN PREDLOGI

Naša raziskava kaže, da je altruistično vedenje v veliki meri prisotno v naši družbi. Vendar pa ima raziskava tudi omejitve:

- za bolj verodostojne zaključke bi bilo potrebno povečati število udeležencev, saj je bila pri starostni strukturi težava z majhnimi deleži oseb v posameznih starostnih kategorijah,
- vzorec ni bil uravnotežen glede na starost in spol, zato so rezultati lahko manj zanesljivi,
- za neobičajen videz bi bilo potrebno »neobičajnost« bolj izrazito poudariti (npr. z oblačili, ki so raztrgana, ponošena ...), ker se je pokazalo, da obarvani lasje niso dovolj »neobičajni«,
- v raziskovanje na terenu bi morali vključiti tudi dekleta kot raziskovalke, ker menimo, da bi bilo potrebno uravnovežiti tudi reakcije na različna spola.

Raziskava pa odpira tudi nove možnosti raziskovanja:

- altruistično vedenje bi lahko preučevali tudi pri kakšnem avtomatu za pijačo in prosili za nekaj centov denarja; tu bi bil vložek oseb drugačen, vezan na finančna sredstva, kar bi verjetno vplivalo na rezultate,
- v kontrolni skupini bi lahko osebe spraševali z vprašalnikom in ugotavljali razlike med raziskavo na terenu in raziskavo z odgovarjanjem na vprašalnik,
- za neobičajen videz bi odigrali grobo in zadirčno spraševanje ali igrali alkoholizirano ali drugačno vedenje,
- altruistično vedenje bi lahko preučevali v vaškem in mestnem okolju.

Na podlagi naše raziskave lahko zaključimo, da je altruizem v veliki meri prisoten v naši družbi in predlagamo, da mlade še naprej vzgajamo tako, da se vključujejo v prostovoljstvo in humanitarne programe.

## 6 REFERENCE

- Baumsteiger, R. (2019). What the World Needs Now: An Intervention for Promoting Prosocial Behaviour. *Basic and Applied Social psychology*, 41(4), 215-229. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://psycnet.apa.org/record/2019-43566-001>
- Bar-Tal, D. (1986). Altruistic Motivation to help: Definition, Utility and Operationalization. *Humboldt Journal of Social Relations*, Vol.13, No ½, 3 – 14. Pridobljeno 11. 1. 2025 iz <https://www.jstor.org/stable/23262656>
- Bati, G. F. in Singh, V. K. (2018). Altrometrics: Inferring Altruism Propensity on Mobile Phone Use Patterns. *IEEE transactions on Journal name*. Manuscript ID. Pridobljeno 10. 11. 2024 iz [https://scholar.google.com/scholar?hl=sl&as\\_sdt=0%2C5&q=Bati%2C+G.+F.+in+Singh%2C+V.+K.+%28%29.+Altrometrics%3A+Inferring+Altruism+Propensity+on+Mobile+Phone+Use+Patterns.+&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=sl&as_sdt=0%2C5&q=Bati%2C+G.+F.+in+Singh%2C+V.+K.+%28%29.+Altrometrics%3A+Inferring+Altruism+Propensity+on+Mobile+Phone+Use+Patterns.+&btnG=)
- Boschini, A., Dreber, A., Essen, E., Muren, A. in Ranehill, E. (2018). Gender and altruism in a random sample. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 77, 72 – 77. Pridobljeno 24. 10. 2024 iz [http://www2.ne.su.se/paper/wp15\\_07.pdf](http://www2.ne.su.se/paper/wp15_07.pdf)
- Brethel-Haurwitz, K.M., Stoianova, M in Marsh, A. A. (2020). Empathic emotion regulation in prosocial behaviour and altruism. *Cognition and emotions*, 1-17. Pridobljeno 3. 1. 2025 iz <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080/02699931.2020.1783517>
- Caprara, G. V. in Alessandri, G. (2012). Prosociality: The Contribution of Traits, Values, and Self-Efficacy Beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 102, No. 6, 1289 – 1303. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21942280/>
- Caviola, L., Schubert, S. in Greene; J. D. (2021). The Psychology of (In)Effective Altruism. *Trends in Cognitive sciences*, Vol. 25, No. 7, 596 – 607. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz [https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613\(21\)00090-5](https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613(21)00090-5)
- Decety, J. in Cowell, J. L. (2014). The complex relation between morality and empathy. *Trends in Cognitive Sciences*, Vol. 18, No 7, 337 – 339. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S136466131400103X>
- DeSteno, D. (2015). Compassion and altruism: how our minds determine who is worthy of help. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 80 - 83. Pridobljeno 11. 1. 2025 iz <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352154615000261>
- Filkowski, M. M., Cochran, R. N. in Haas, B. W. (2016). Altruistic behaviour: mapping responses in the brain. *Neuroscience and Neuroeconomics*, 5, 65 – 75. Pridobljeno 11. 1. 2025 iz <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5456281/>

- Freund, A. in Blanchard-Fields, F. (2014). Age-related differences in altruism across adulthood: Making personal financial gain versus contributing to the public good. *Developmental Psychology*, 50(4), 1125-1136. Pridobljeno 10. 10. 2024 iz [https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/88948/5/Freund\\_DP\\_2013\\_Accepted\\_paper.pdf](https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/88948/5/Freund_DP_2013_Accepted_paper.pdf)
- Grzyb, T. (2016). Why can't we just ask? The influence of research methods on results. The case of »bystander effect«. *Polish Psychological Bulletin*, vol. 47 (2), 233-235. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://journals.pan.pl/Content/99936/PDF/09.pdf>
- Johnson, K. K. (2000). Age and Gender Differences in Altruistic Behaviour. Doctoral Dissertation University of Oregon. Pridobljeno 2. 12. 2024 iz [https://scholar.google.com/scholar?hl=sl&as\\_sdt=0%2C5&q=Johnson%2C+K.+K.+%282000%29.+Age+and+Gender+Differences+in+Altruistic+Behaviour&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=sl&as_sdt=0%2C5&q=Johnson%2C+K.+K.+%282000%29.+Age+and+Gender+Differences+in+Altruistic+Behaviour&btnG=)
- Koželj, A. (2016). Altruizem med študenti Univerze v Mariboru. Magistrsko delo. Maribor: Filozofska fakulteta, oddelek za sociologijo. Pridobljeno 2. 1. 2025 iz <https://dk.um.si/Dokument.php?id=106752&lang=slv>
- Laguna, M., Mazur, Z. in Kedra, M. (2020). Interventions stimulating prosocial helping behaviour: A Systematic review. *Journal of Applied Social Psychology*, 50 (11), 676 - 696. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://psycnet.apa.org/record/2020-61425-001>
- Long, M. C. in Krause, E. (2017). Altruism by age and social proximity. *Plos one*, 12 (8). Pridobljeno 10. 10. 2024 iz <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0180411&type=printable>
- Nakavachara, V. (2017). The Economics of Altruism – The Old, the Rich, the Female. Puey Ungphakorn institute for economic research. Discussion paper, No. 62. Pridobljeno 25. 10. 2024 iz <https://content.botlc.or.th/mm-info/PIER/DP/dp062.pdf>
- Pfattheicher, S., Nielsen, Y. A. in Thielmann (2022). Prosocial behaviour and altruism: A review of concepts and definitions. *Current Opinion in Psychology*, 44, 124 – 129. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X21001548>
- Post, S.G. (2005). Altruism, Happiness, and Health: It's Good to Be Good. *International Journal of Behavioral Medicine*. Vol.12, No. 2, 66 – 77. Pridobljeno 3. 1. 2025 iz <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15901215/>
- Rusch, H. (2022). Heroic behaviour: A review of the literature stakes altruism in the wild. *Current Opinion in Psychology*, 43, 238 – 243. Pridobljeno 12. 1. 2025 iz <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X21001330>
- Sassenrath, C. (2019). »Let Me Show You How Nice I am«: Impression Management as Bias in Empathic Responses. *Social Psychological and Personality Science* XX(X), 1-9. Pridobljeno 18. 1. 2025 iz <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1948550619884566>
- Sparrow, E. P., Swirsky, L. T., Kudus, F. in Spaniol, J. (2021). Aging and Altruism: A Meta-Analysis. *American Psychological Association*, Vol. 36, No. 1, 49 – 56. Pridobljeno 24. 9. 2024 iz <https://psychlabs.ryerson.ca/content/uploads/sites/8/2021/03/SparrowPandA2021.pdf>

- Tič, K.(2023). *Altruizem, sebičnost in skrb zase*. Diplomsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta, oddelek za filozofijo. Pridobljeno 2. 1. 2025 iz <https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=175658&lang=eng>
- Vlerick, M. (2020). Explaning human altruism. *Synthese*, 199, 2395 – 2413. Pridobljeno 17. 1. 2025 iz <https://link.springer.com/article/10.1007/s11229-020-02890-y>

## 7 PRILOGE



*Slika 23.*

*Fotografija raziskovalcev (urejena nevpadljiva mladostnika)*



*Slika 24.*

*Fotografija raziskovalca z vpadljivo frizuro (zeleno- roza pobarvani lasje)*



- zaradi pridobivanja izkušenj
- zaradi občutka koristnosti
- zaradi učenja odgovornosti
- 
-