

Univerzitet u Sarajevu

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

**EFEKAT ZAHVALNOSTI NA PROSOCIJALNO PONAŠANJE**

Završni magistarski rad

Kandidat: Haris Hajrić

Mentor: Doc. dr. Nina Hadžiahmetović

Sarajevo, 2021.

## Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>2. Uloga zahvalnosti u ponašanju osobe</b> .....	4
<b>3. Uloga zahvalnosti u indukovanju prosocijalnog ponašanja</b> .....	9
3.1 <i>Interakcija zahvalnosti i prosocijalnog ponašanja</i> .....	14
<b>4. Efikasnost zahvalnosti u modifikaciji prosocijalnog ponašanja</b> .....	18
<b>5. Zaključak</b> .....	23
<b>6. Literatura:</b> .....	26

## **Efekat zahvalnosti na prosocijalno ponašanje**

**Haris Hajrić**

### **SAŽETAK**

Zahvalnost je koncept u psihologiji koji se tek u novije vrijeme počeo detaljnije istraživati. Istraživanjima se došlo do velikog broja saznanja o pozitivnim efektima zahvalnosti na osobu, neovisno o tome da li se govori o zahvalnosti kao dispoziciji, emociji ili raspoloženju. Zahvalnost je pokazala pozitivan efekat na osobu u različitim domenama. Rezultati različitih istraživanja su pokazali da zahvalnost utiče na mnoge domene u životu pojedinca kao što su ličnost osobe, smanjenje psihopatologije kod osobe, poboljšanje fizičkog zdravlja ili samopoboljšanje osoba. Osim pozitivnih aspekata, istraživači su pokazali da zahvalnost može imati i negativan efekat na osobu. Zahvalnost se pokazala kao efikasan modifikator prosocijalnog ponašanja i to kroz socijalnu normu reciprociteta. Ova socijalna norma je dobar prediktor ponašanja s obzirom da se jednostavno inducira putem zahvalnosti i u većini populacije je univerzalna. U poređenju sa drugim psihološkim mehanizmima, zahvalnost se pokazala kao efikasan modifikator prosocijalnog ponašanja. Jedino mindfulness ima sličnu efikasnost u induciranju prosocijalnog ponašanja, kada se poredi sa zahvalnošću, ali je primjena mindfulness-a ujedno i komplikovanija. Zbog efikasnosti i jednostavnosti indukovanja, zahvalnost možemo smatrati jednim od najboljih načina za izazivanje prosocijalnog ponašanja.

**Ključne riječi:** Zahvalnost, prosocijalno ponašanje, socijalna norma reciprociteta, mindfulness

## 1. Uvod

Zahvalnost je dispozicija ličnosti koja je visoko vrednovana u društvu. Dokazi za ovo se mogu naći kroz čitavu historiju čovječanstva. Zahvalnost se spominje kao pozitivna dispozicija u religijama poput Islama, Kršćanstva, Budizma (McCullough, Kilpatrick, Emmons, & Larson, 2001). Iako je zahvalnost visoko vrednovana kroz veliki broj kultura, naučnici, uključujući psihologe, antropologe i sociologe, su zanemarivali ovaj koncept godinama. Čak i u slučajevima kada bi zahvalnost trebala da bude centralni koncept istraživanja, (npr. ispitivanje reakcija osoba na primanje pomoći), rijetko se spominje i istražuje. Zahvalnost se također rijetko pojavljuje u leksikonima emocija. McCullough et al. (2001), pretpostavljaju da se zanemarivanje koncepta zahvalnosti dešava uslijed generalne tendencije psihologa da zanemaruju koncepte vezane za pozitivne emocije. Dodatni razlog koji autori navode je izjednačavanje koncepta zahvalnosti sa konceptima poput dugovanja ili pristojnosti (McCullough et al., 2001). S obzirom da je zahvalnost toliko vrednovan koncept u mnogim kulturama, neobično je da je tako rijetko istraživan. No, u posljednjih 20 do 30 došlo je do promjene u istraživanju zahvalnosti i veći broj istraživanja se sve više fokusira na ispitivanje zahvalnosti.

Zahvalnost je veoma kompleksan psihološki koncept koji je teško definisati samo kao emociju. Kada govorimo o zahvalnosti, potrebno je da imamo u vidu tri vrste zahvalnosti: 1. zahvalnost kao crtu ličnosti, 2. zahvalnost kao emociju i 3. zahvalnost kao raspoloženje (McCullough, Tsang, & Emmons, 2004). S obzirom da zahvalnost možemo da posmatramo kroz tri odvojena koncepta, bitno je da elaboriramo sva tri.

Kada su autori definisali zahvalnost kao crtu ličnosti, nazvali su je dispozicija zahvalnosti ili dispozicija prema zahvalnosti (McCullough, Emmons, & Tsang 2002). Prema autorima, osoba sa visokom dispozicijom zahvalnosti ima manju toleranciju na zahvalnost, dok će osoba sa niskom dispozicijom mnogo teže osjetiti emociju zahvalnosti. Postoje četiri aspekta u kojima se razlikuju osobe različitih dispozicija za zahvalnost. Prvi aspekt je

intenzivnost. Osoba koja ima visoku sklonost prema zahvalnosti će osjetiti jaču zahvalnost, nego osobe sa niskom dispozicijom. Drugi aspekt jeste frekvencija. Osoba koja ima visoku dispoziciju će češće prijavljivati da je doživjela osjećaj zahvalnosti. Uz to, mnogo manji okidač će biti potreban da izazove osjećaje zahvalnosti kod takve osobe. Treći aspekt se naziva raspon. Ovo se odnosi na to prema koliko stvari u svom životu osoba može biti zahvalna u isto vrijeme. Tako osoba koja ima visoku dispoziciju zahvalnosti može u isto vrijeme da bude zahvalna za veći broj faktora u svom životu. Četvrti, finalni aspekt se naziva gustoća. Osobe koje imaju visoku dispoziciju za zahvalnost su zahvalne većem broju osoba za jedan pozitivan rezultat (McCullough et al., 2002).

Zahvalnost kao emocija je koncept koji se razvija već dugi niz godina. Jedan od prvih teoretičara koji je govorio o ovom konceptu je Adam Smith (prema McCullough et al., 2001). Prema Smithu, zahvalnost spada u osnovne socijalne emocije i jedan je od primarnih motivatora dobrih djela prema drugoj osobi. Kasnije su istraživači nadograđivali Smithovu teoriju pa su tako Simmel i Gouldner (prema McCullough et al., 2001) konceptualizirali zahvalnost kao način da se održi potreba za reciprocitetom. Odnosno, zahvalnost postoji kako bi se vratilo dobro djelo drugoj osobi.

I na kraju, zahvalnost je konceptualizirana i kao raspoloženje. Prema ovoj konceptualizaciji, zahvalnost kao raspoloženje može da ima mnogo veći efekat na ponašanje od zahvalnosti kao emocije (McCullough et al., 2004). Ovo se pretpostavlja, jer raspoloženje ima mnogo duži i manje očigledan efekat na ponašanje, nego emocije. Emocije su više usmjerene na postizanje cilja reciprociteta, pa se time gubi na zahvalnosti, dok raspoloženje nije ciljno vođeno, već je motiv po sebi. Nivo zahvalnosti koju osobe mogu da dožive u svom raspoloženju može se posmatrati na dva načina: 1. kao stabilne interindividualne razlike koje reflektiraju tipične nivoe zahvalnog raspoloženja kod osobe, 2. i kao dnevne promjene u prosječnim nivoima zahvalnog raspoloženja kod osobe (McCullough et al., 2004).

Uzimajući u obzir da je zahvalnost manje zastupljen i nedovoljno istražen koncept unutar psihologije, te da se tek odnedavno ekstenzivnije ispituje, bilo bi važno dati pregled istraživanja i sintetizirati spoznaje o konceptu zahvalnosti. S obzirom da je ranije pomenuto da se zahvalnost često pojavljuje kao odgovor na dobra djela drugih, možemo pretpostaviti da zahvalnost ima posebnog utjecaja na modifikaciju prosocijalnog ponašanja.

Ovaj rad je originalno bio planiran kao istraživački sa ciljem ispitivanja eksperimentalnog efekta zahvalnosti na prosocijalno ponašanje. Međutim, zbog posljedica COVID-19 pandemije ovakvo istraživanje nije bilo moguće sprovesti, te je rad dobio formu preglednog, pri čemu je prikazan znanstveni teorijski pristup proučavanju zahvalnosti i njenog odnosa sa prosocijalnim ponašanjem.

Uvažavajući navedeno, u ovom preglednom radu ćemo pokušati dati odgovore na sljedeća pitanja:

1. Kakav je efekat zahvalnosti na ponašanje osobe?
2. Da li se zahvalnost može koristiti u svrhu efikasne modifikacije prosocijalnog ponašanja?
3. Da li je zahvalnost najefikasniji mehanizam za modifikaciju prosocijalnog ponašanja?

## **2. Uloga zahvalnosti u ponašanju osobe**

Ponašanje osobe je pod konstantnim utjecajem različitih vanjskih i unutrašnjih faktora. Unutrašnji faktori poput emocija ili lične dispozicije utječu na ponašanje osoba na mnogo načina, te različite emocije i dispozicije imaju različit utjecaj na osobu. Kao što je prethodno navedeno, zahvalnost može da spada u grupu dispozicija, emocija i raspoloženja, te samim time, može se pretpostaviti da zahvalnost ima utjecaj na ponašanje osoba. U ovom odjeljku rada će biti predstavljeni istraživački nalazi efekta zahvalnosti na prosocijalno ponašanje.

S obzirom da je zahvalnost koncept koji se odnosi na pozitivne osjećaje prema nečemu ili nekome, možemo isto tako pretpostaviti da će imati pozitivan efekat na osobe. To su upravo i pokazali Wood, Froh i Geragthy (2010) u svom preglednom članku o utjecaju zahvalnosti na dobrobit osoba. Oni su, na osnovu svojih istraživanja, pretpostavili da je, na nivou dispozicije, zahvalnost dio šire životne orijentacije. Takva životna orijentacija fokusirana je na primjećivanje i cijenjenje pozitivnih stvari u svijetu. Zahvalnost kao životna orijentacija se razlikuje od emocija poput optimizma, nade i vjerovanja, pošto njihov fokus nije na primjećivanju i cijenjenju pozitivnih stvari u životu. To pokazuje da zahvalnost ima specifičan utjecaj na ponašanje osoba, različit od ostalih pozitivnih emocija. Samim tim je potrebno usmjeriti dodatnu pažnju na detaljnije istraživanje konstrukta zahvalnosti. Kako bi dalje unaprijedili koncept zahvalnosti, autori su putem istraživanja izdvojili osam različitih aspekata zahvalnosti:

1. Individualne razlike u doživljavanju zahvalnosti - procjena zahvalnosti u odnosu na njenu frekvenciju i intenzitet
2. Cijenjenje drugih - osjećaj zahvalnosti prema drugim ljudima
3. Fokus na posjedovanje - fokus na pozitivne opipljive i neopipljive stvari koje osoba posjeduje, te odsustvo osjećaja neimanja

4. Izražavanje zahvalnosti - ponašanje osobe na određeni način kako bi iskazala zahvalnost
5. Fokus na pozitivno u datom trenutku - učestalo stavljanje fokusa na pozitivne aspekte u određenom momentu, te zahvalnost prema nesocijalnim izvorima
6. Cijenjenje prolaznosti života - uvažavanje da ništa nije vječno
7. Osjećaj divljenja - česti osjećaji divljenja u kontaktu sa lijepim
8. Pozitivna socijalna usporedba - pozitivni osjećaji koji proizilaze iz zahvalnosti da život ne bude gori.

Pretpostavlja se da bi ovih osam aspekata zahvalnosti trebalo biti manifestovano kod zahvalne ličnosti. Istraživači su smatrali da će se zahvalna životna orijentacija razviti ukoliko se ovi aspekti doživljavaju često, intenzivno i kroz različiti raspon stimulusa. Uz to su pretpostavljali da se emocija zahvalnosti pojavljuje kada se aktivira jedna ili više komponenata zahvalnosti (Wood et al., 2010).

Veliki broj istraživanja je sprovedeno na temu pozitivnih efekata zahvalnosti. Ove studije ukazuju na pozitivne efekte zahvalnosti u domenama ličnosti, blagostanja, socijalnog ponašanja, zdravlja. Wood, Stephen i Maltby (2008) su ispitivali odnos zahvalnosti i ličnosti i pokazali da zahvalnost pozitivno korelira sa svim domenama unutar Velikih pet. Također, na nivou facete, zahvalnost pozitivno korelira sa facetama povezanim sa blagostanjem i socijalnim funkcionisanjem. U području blagostanja, veliki broj studija je pokazao da zahvalnost ima pozitivan efekat na smanjenje psihopatoloških stanja kod osoba. Jedna studija (Petrocchi & Couyoumdjilan, 2015), koja je obuhvatila 410 ispitanika, pokazala je da su osobe sa višim nivoom zahvalnosti manje podložne depresivnim i anksioznim simptomima, što je dovelo do zaključka da je zahvalnost protektivni faktor od anksio-depresivnih stanja, ne samo zbog poboljšanih odnosa sa drugima, nego i sa samim sobom. Efekat zahvalnosti na PTSP-u je istraživan i kod mladih Izraelaca koji su preživjeli bombardovanje (Cohen-Israel, Uzefovsky, Kashy-Rosenbaum i Kaplan, 2015). Rezultati ukazuju na to da zahvalnost ima efekat zaštite protiv PTSP-a, kroz procese kognitivne procjene.



Na nivou interpersonalnih odnosa zahvalnost korelira sa spremnošću da se oprostí (DeShea, 2003), povećanjem socijalne podrške (You, Lee i Lee, 2020) i negativno korelira sa narcisoidnošću, cinizmom i materijalizmom (Solom, Watkins, McCurrach i Daniel, 2015). Hill, Allemand i Roberts (2013) su sproveli studiju u kojoj je analiziran efekat zahvalnosti na samoiskaze o fizičkom zdravlju. Rezultati su pokazali poveznicu između dispozicijske zahvalnosti i fizičkog zdravlja. Svi ovi rezultati pokazuju da zahvalnost može imati pozitivan efekat na osobu u velikom broju domena.

Od ranije je poznato da pozitivne emocije imaju značajan efekat na osobe u nizu ponašanja. Armenta, Fritz i Lyubomirsky (2017) su, prema ranijim nalazima istraživanja, postavili konceptualni model prema kojem zahvalnost ima utjecaj na četiri različita faktora (zajedništvo, sreća, poniznost i svjesnost o negativnim emocijama) koji zajedno utječu na ponašanje samopoboljšanja, a koji će biti predstavljeni u nastavku. Ovaj model je zasnovan na rezultatima prethodnih istraživanja koji su pokazali da zahvalnost zapravo potiče ova četiri faktora (Layous, Sweeny, Armenta, Na, Choi, & Lyubomirsky, 2016), te da ovi faktori potiču ponašanje samopoboljšanja (Armenta, Layous, Nelson, Chancellor, & Lyubomirsky, 2016).

Zajedništvo je prvi faktor unutar konceptualnog modela zahvalnosti. Ono se razvija pod utjecajem zahvalnosti, te se kroz taj proces aktiviraju i ponašanja koja vode samopoboljšanju. Osobe koje osjećaju veće zajedništvo sa drugima ulažu u vlastiti razvoj, kako bi mogli održati taj odnos; na primjer radit će na razvijanju konstruktivnih tehnika u rješavanju konflikta. Također, ukoliko osobe osjećaju zajedništvo sa većim brojem drugih, ulagat će više u vlastiti razvoj, kako bi i sami bili prihvaćeniji i kako bi ih drugi više poštovali. Uz sve to, osoba koja ima dobru socijalnu podršku drugih, osjećat će se odvažnijom da radi na sebi.

Drugi faktor, unutar ovog modela, na koji zahvalnost ima utjecaj je sreća. Autori pretpostavljaju da će osobe koje osjećaju veću sreću zbog zahvalnosti imati i povećanu motivaciju i trud da podstiču samopoboljšanje. Ukoliko osoba osjeća zahvalnost zbog tuđeg

ponašanja, ta osoba ne može određeni uspjeh da pripiše samo sebi, čime se aktivira emocija poniznosti.

Poniznost, kao treća emocija unutar ovog modela, u ovom slučaju nije negativna emocija, nego samo sagledavanje sebe u stvarnom svjetlu i ima efekt na bolju vlastitu samoprocjenu, veću otvorenost za kritiku i veću potrebu za samopoboljšanjem.

Na kraju, zahvalnost utječe i na bolju percepciju negativnih emocija poput osjećaja zaduženosti, krivnje i neugodnosti. Kada je osoba svjesnija ovih emocija, motivirana je da ih koriguje, te da radi na sebi kako bi smanjila negativan afekat.

Ovo istraživanje je značajno iz nekoliko razloga. Prije svega, možemo da vidimo da zahvalnost kao emocija nije pasivna, nego je pokretačka. Ona ima efekat na druge emocije i, samim tim, pokreće osobe na određena ponašanja, iako je njeno djelovanje indirektno. Autori su, uzimajući u obzir da zahvalnost može da izazove i negativne emocije, pretpostavili da zahvalnost kao osobina može imati i negativne efekte. Međutim, iako to može biti slučaj, poticanje negativnih emocija ne mora da bude neproduktivno, jer izazivanje ovih emocija kod osobe, stvara i potrebu da ih osoba koriguje. Samim tim, korektivna funkcija ne mora da bude negativna karakteristika zahvalnosti, s obzirom da dozvoljava produktivno rješenje negativnih emocija ukoliko postoje.

Iako prethodni primjer nije reprezentativan kao dokaz da zahvalnost može negativno da utječe na ponašanje osobe, postoje i druga istraživanja koja pokazuju da zahvalnost ne utječe samo pozitivno na osobe. Jedno takvo istraživanje su sproveli Zhu i suradnici (2020), pri čemu su ispitali da li su osobe podobnije da prekrše moralne vrijednosti istine i pravde, ukoliko su pod utjecajem zahvalnosti. Ovu pretpostavku su zasnovali na tome da osobe koje su zahvalne drugoj osobi imaju želju za poboljšanjem tog odnosa, te će prekršiti svoje moralne vrijednosti za tu osobu. Da bi ispitali svoje pretpostavke, autori su postavili šest različitih eksperimentalnih uvjeta. Unutar svakog uvjeta su prvo inducirali zahvalnost kod ispitanika, a zatim testirali da li će ispitanici prekršiti svoje moralne vrijednosti. U prva tri

eksperimentalna uvjeta, ispitanici su dovedeni u situaciju gdje su trebali odlučiti da li će lagati za osobu prema kojoj osjećaju zahvalnost. Osobe u uvjetima indukcije zahvalnosti prema drugome su bile spremnije da lažu u korist te osobe. Ovi rezultati ukazuju na to da su, u situacijama povećane zahvalnosti, osobe spremnije da prekrše svoje moralne vrijednosti istine. Unutar sljedeće tri eksperimentalne situacije istraživači su testirali da li će zahvalnost imati isti efekat na moralnu vrijednost pravde. Kao i u prva tri uvjeta, pretpostavljeno je da će osoba prekršiti svoje moralne vrijednosti pravde usljed zahvalnosti prema drugoj osobi, što je i potvrđeno i na hipotetskim i u realnim situacijama.

Ova sekvenca eksperimenata pokazuje kako zapravo zahvalnost može da bude potencijalno štetna, ako se zloupotrijebi. Pokazano je da će čak i osobe koje generalno nisu sklone narušavanju moralnih načela, narušiti ta načela uslijed zahvalnosti. U ovom slučaju navedeni primjeri opisuju negativne efekte zahvalnosti sa manje štetnim posljedicama, ali bi bilo potrebno dalje istražiti da li bi ovakvo ponašanje bilo ponovljeno, čak i ako bi treća strana bila teže oštećena zbog narušavanja moralnih načela.

Kroz predstavljena istraživanja možemo pokušati dati odgovor na pitanje o utjecaju zahvalnosti na ponašanje osobe, postavljeno na početku. Pokazano je da zahvalnost ima velikog utjecaja na ponašanje osobe, te da taj utjecaj nije ograničen na jednu vrstu ponašanja. Zahvalnost ne utječe samo direktno na ponašanje, već utječe i na taj način da ljudi imaju drugačiji pogled na život zbog osjećaja zahvalnosti i samim time prilagođavaju svoje ponašanje tom novom pogledu na život. Takođe je pokazano da zahvalnost može utjecati i na poboljšanje fizičkog zdravlja osobe. Iako se zahvalnost generalno smatra pozitivnom emocijom, pokazano je da zahvalnost može da utječe i negativno na osobu, kroz zanemarivanje prethodno usvojenih socijalnih normi. Međutim, koncept koji se najviše dovodi u vezu sa zahvalnošću je prosocijalno ponašanje, što će detaljnije biti prikazano u sljedećem poglavlju.

### 3. Uloga zahvalnosti u indukovanju prosocijalnog ponašanja

Kako bi se na ovo pitanje moglo odgovoriti, prvo je potrebno detaljnije definirati prosocijalno ponašanje. Prosocijalno ponašanje obuhvata širok raspon ponašanja koje je definirano kao uključivanje sopstvene žrtve u korist druge osobe. Ukoliko prosocijalno ponašanje za posljedicu ima obostranu korist, onda se ta vrsta ponašanja zove uzajamnost. U slučajevima u kojima prosocijalno ponašanje pomaže jednoj osobi, a osobi koja vrši ponašanje donosi veću štetu, riječ je o ponašanju koje se naziva altruizam (Wittek & Bekkers, 2015). Primjeri prosocijalnog ponašanja su dobrotvorni koncerti, pružanje instrukcija kolegama, pomaganje siromašnima itd.

Postavlja se pitanje zbog čega nastaje prosocijalno ponašanje. S obzirom da ono najčešće nema korist za samu osobu, a može čak i da je ugrozi, koji su razlozi njegovog pojavljivanja? Kako bi se došlo do odgovora na ovo pitanje, sproveden je veliki broj istraživanja, na čijoj osnovi je postavljen veliki broj teorija.

Jedna od ovih teorija je teorija evolucije Charlesa Darwina. Prema ovoj teoriji, utjecajan termin koji objašnjava prirodnu selekciju, je opstanak najjačih, odnosno jedinke koje uspiju da se prilagode vanjskom svijetu, imaju najveću vjerovatnoću preživljavanja. Također, bitna stavka je da prirodna selekcija preferira gene koji omogućavaju preživljavanje pojedinca. S obzirom na to, postavlja se pitanje kako evolucijska teorija može da objasni naizgled neodrživo prosocijalno ponašanje koje drugima upravo pomaže da opstanu. Ovo je bila najveća prepreka evolucijskoj teoriji da objasni iz kojeg razloga osobe pokazuju tendenciju prosocijalnog ponašanja.

U tom kontekstu se ovaj fenomen objašnjava pojmom selekcija srodnika (Aronson, Wilson, & Akert, 2005). Ovaj pojam se odnosi na to da prirodna selekcija preferira ponašanja kojima pomazemo genetskim srođnicima. Dakle, prosocijalno ponašanje, prema evolucijskoj teoriji, je najčešće upućeno najbližim članovima porodice, kako bi tim ponašanjem dali što veću šansu da se geni prenesu na sljedeću generaciju. Ovo se pokazalo u istraživanju

Burnsteina, Crandalla i Kitayame (1994), pri čemu je ispitano kome od osoba u različitom stepenu srodstva, od najbližih do manje bliskih, bi ljudi potencijalno najprije pomogli u raznim situacijama u rasponu od prijetećih do neprijetećih. Pokazalo se da bi, kada su u pitanju situacije opasne po život, ljudi više pomagali svojim srođnicima, dok u situacijama koje nisu bile opasne po život, nema razlike u pomaganju srođnicima i nesrođnicima. Ovo ukazuje na to da će se ljudi ponašati tako da povećaju šanse da održe opstanak svojih gena. Ovi rezultati su replicirani na oba spola, kao i u mnogim kulturama.

Ali s obzirom da je ovo bio samo hipotetički primjer, ovaj koncept je bilo potrebno potvrditi i na realnom primjeru, što je sprovedeno sekundarnom analizom intervjua preživjelih u požarima. Pokazalo se da osobe svjesne požara prvo pokušavaju da nađu članove porodice da im pomognu prije nego druge ljude. Ova dva istraživanja pokazuju da postoji osnova u evolucijskom objašnjenju prosocijalnog ponašanja. Ali ova teorija ne objašnjava razloge pomaganja nesrođnicima i drugima, čak i u situacijama koje nisu opasne po život.

Druga teorija kojom se nastoji objasniti prosocijalno ponašanje je teorija socijalne razmjene (Homans, 1958), zasnovana na razmjeni dobara, prema kojoj, osoba koja daje nešto drugome, očekuje da zauzvrat dobije nešto od drugoga, te osoba koja nešto od drugoga dobije, osjeća potrebu da mu uzvрати. Prema ovoj teoriji, razmjena se vrši po principu najmanjeg ulaganja, a najveće dobiti, gdje će osobe težiti tome da maksimiziraju dobit za sebe, a minimiziraju vlastito ulaganje. U skladu s tim, pretpostavlja se da će ljudi manifestirati prosocijalno ponašanje u situacijama gdje su njihove nagrade veće, a pri tome gubici ne nadmašuju nagradu.

Nagrade koje ljudi mogu dobiti iz prosocijalnog ponašanja se mogu podijeliti na ekstrinzične i intrinzične nagrade (Barto, Singh, & Chentanez, 2005). Ekstrinzične nagrade funkcioniraju po principu povratne dobiti. Primjer ekstrinzične nagrade bila bi javna donacija za povećani publicitet. S druge strane, intrinzična nagrada podrazumijeva da činimo nešto kako bi se osjećali bolje u vezi sebe samih. Doniranje odjeće je dobar primjer pozitivnih

osjećanja u vezi sebe jer smo učinili nešto dobro. Za intrinzične nagrade, istraživanja su pokazala da nam se opće raspoloženje povećava kada činimo neka prosocijalna djela (Piliavin, 2003). Istraživanje je pokazalo da davanje podrške partneru dovodi do podizanja vlastitog raspoloženja (Gleason, Iida, & Shrout, 2003). Dakle, kada je nagrada intrinzična, onda se ovakvo ponašanje više može okarakterisati kao altruizam, jer osoba ne dobija nikakvu materijalnu nagradu zauzvrat, već samo osjećaj da je uradila nešto dobro. Koncept nagrade je objašnjen u okviru teorije socijalne razmjene, na način da osoba procjenjuje da li da se upusti u prosocijalno ponašanje u zavisnosti od toga da li potencijalne (ekstrinzične ili intrinzične) nagrade, nadmašuju potencijalne gubitke po pomagača. Međutim, nedostaci teorije nagrade leže u tome što nekada nije lako utvrditi motivaciju ljudi za prosocijalno ponašanje (npr. neko volontira u domu da bi se dobro osjećao, a istovremeno ne možemo isključiti da ne volontira samo iz dosade).

Pored nagrada, i socijalne norme imaju veliki utjecaj na razne aspekte ponašanja, uključujući i prosocijalno ponašanje. Socijalne norme su nepisana pravila o tome kako da se ponašamo. Daju ljudima ideju kako da se ponašaju u određenim kulturama ili socijalnim grupama (McLeod, 2019). Na isti način, socijalne norme daju ljudima smjernice i za prosocijalno ponašanje. Prosocijalno ponašanje prema socijalnim normama objašnjeno je dvama vrstama normi: normom reciprociteta i normom socijalne odgovornosti (Myers, 2010). Norma reciprociteta predstavlja normu prema kojoj očekujemo da će osobe pomoći onima koji su njima pomogli (Gouldner, 1960). Ukoliko je osoba nekome učinila dobro, očekuje da joj na dobro djelo bude uzvrćeno istom mjerom. Ovo se pokazalo na veoma jednostavnom primjeru u istraživanju koje su sproveli Whatley, Webster, Smith i Rhodes (1999). U istraživanju je pokazano da su studenti više voljni da daju donaciju organizacijama koji su im prije toga dale slatkiše. Iz ovog istraživanja možemo da zaključimo da norma reciprociteta zapravo ima efekta na prosocijalno ponašanje. Ovakvo prosocijalno ponašanje moglo bi se objasniti ili težnjom da se izjednače pozicije između donatora i primatelja

nagrade ili zahvalnošću, gdje su učesnici, po principu reciprociteta, davali veće donacije onim organizacijama koje su im prethodno donirale slatkiše.

Istraživanja su pokazala da se reciprocitet smanjuje u prijelazu iz rane u kasnu adolescenciju (Van De Groep, Meuwese, Zanolie, Guroglu, & Crone, 2018). Ovi rezultati se uklapaju u prvobitnu teorijsku postavku Gouldnera (1960) unutar koje je naveo da je reciprocitet univerzalan, osim kod mladih, bolesnih i starih. Prema rezultatima prethodno navedene studije, ovaj prijelaz u univerzalni reciprocitet se dešava u periodu od 12. do 18. godine.

Prema novijim teorijama reciprociteta navodi se da je bitan faktor za pojavljivanje reciprociteta prisustvo ljubaznosti (Falk & Fischbacher, 2005). Prema teoriji Celena, Schottera i Blanca (2017) reciprocitet će utjecati na ponašanje, ukoliko je osoba u interakciji sa osobom koju percipira ljubaznijom od sebe. Osoba će u tom kontekstu imati potrebu da uzvрати jednakom ljubaznošću, te se ponašati u skladu sa time. Također, rezultati njihovog istraživanja pokazuju da su ovakvi rezultati univerzalni i neovisni o individualnim razlikama. Na osnovu prethodnih spoznaja možemo zaključiti da je socijalna norma reciprociteta pod utjecajem okruženja, dobi osobe, prisustva ljubaznosti, ali manje pod utjecajem individualnih faktora, te je među ljudima univerzalno prisutna.

Druga norma koja ima utjecaj na prosocijalno ponašanje je norma socijalne odgovornosti. Ova norma obuhvata očekivanje da će osobe pomoći onima kojima je pomoć potrebna, bez razmišljanja o budućoj dobiti (Berkowitz, 1972). Ova norma nalaže da, ukoliko nekome treba pomoć, a osoba može pružiti tu pomoć, da će je i pružiti, bez obzira na budući odnos sa osobom i donosi li to ponašanje nagradu. Ova se teorija ne može primijeniti na svakoga kome treba pomoć, jer je bitna i percepcija pomoći koju treba pružiti. Ukoliko osoba smatra da je druga osoba samu sebe dovela u stanje ukazivanja pomoći, tada su manje šanse da joj pomogne. Dakle, ako problem atribuiramo okolnostima izvan kontrole osobe, veće su šanse da joj pomognemo. Socijalne norme prosocijalnosti su široko prihvaćene i univerzalno konzistentne. Iako se različite kulture u određenoj mjeri mogu razlikovati s obzirom na

važnost i primjenjivost normi prosocijalnosti, socijalne norme daju generalnu okosnicu za prosocijalno ponašanje.

Osim toga, na prosocijalno ponašanje utječu i individualni faktori. Raspoloženje, spol i ličnost imaju utjecaja na prosocijalno ponašanje i mogu ga modificirati. Meta-analiza koja je uključila 15 studija i preko 2500 ispitanika, pokazala je da su crte ličnosti iz inventara Velikih pet, ugodnost i savjesnost, direktno povezane sa prosocijalnim ponašanjem, pri čemu monetarne nagrade nisu imale efekta na ponašanje, niti su modifikovale prosocijalno ponašanje (Kline, Bankert, Levitan, & Kraft, 2017). Ova meta-analiza ukazuje na to da određene crte ličnosti podstiču prosocijalno ponašanje, te da je prosocijalno ponašanje stabilno kod osoba.

Spolne razlike u prosocijalnom ponašanju su ispitali Eagly i Crowley (1986) u svojoj meta-analizi koja je obuhvatila 35 studija koje su se bavile spolnim razlikama u prosocijalnom ponašanju. Pokazano je da žene u istoj mjeri pružaju pomoć i muškarcima i ženama, dok muškarci češće pomažu ženama. Također je pokazano da atraktivne žene primaju više pomoći od muškaraca, nego neatraktivne žene. Ovo se može pripisati tome da se muškarcima aktivira seksualni motiv za kopulacijom usljed čina herojstva. Takođe je potrebno napomenuti da, osim što žene dobijaju više pomoći, one u većoj mjeri i traže pomoć.

Posljednji faktor individualnih razlika koji utječe na prosocijalno ponašanje je raspoloženje. Raspoloženje varira kako interindividualno, tako i intraindividualno na dnevnoj osnovi (Baltes, Reese, & Nesselroade, 1988). Dato je nekoliko objašnjenja efekta raspoloženja na prosocijalno ponašanje: produživanje dobrog raspoloženja (Isen & Levin, 1972), smanjenje lošeg raspoloženja (Carlson & Miller, 1987) i smanjenje krivnje (Ahn, Kim, & Aggarwal, 2014). Produživanje pozitivnog raspoloženja odnosi se na strategije koje ćemo koristiti kako bismo održali to raspoloženje. Prosocijalno ponašanje i pomaganje drugima generalno donosi pozitivne emocije koje dovode do pozitivnog raspoloženja, samim time i produživanja pozitivnog raspoloženja. Osim pozitivnog raspoloženja, negativno raspoloženje može da ima pozitivan efekat na prosocijalno ponašanje. Na primjer, kada se



osobe osjećaju krivim, onda pokušavaju da smanje svoju krivnju okrećući se prosocijalnom ponašanju koje može poslužiti kao dobro sredstvo za smanjivanje krivnje (Myers, 2010). Takođe je pokazano da pozitivno raspoloženje dovodi do prosocijalnog ponašanja i kod djece i kod odraslih, te da prosocijalno ponašanje dovodi do pozitivnog stanja (Aknin, Van de Vondervoort, & Hamlin, 2017). Potonje možemo povezati sa teorijom koja sugerise da se osobe ponašaju prosocijalno kako bi produžili svoje pozitivno raspoloženje. Kao što vidimo iz navedenog, pored socijalnih normi, varijable individualnih razlika - ličnost, raspoloženje i spol, mogu imati važnu ulogu u objašnjenju prosocijalnog ponašanja.

### *3.1 Interakcija zahvalnosti i prosocijalnog ponašanja*

U sklopu ovog rada modifikacija prosocijalnog ponašanja je objašnjena dominantno iz perspektive socijalnih normi, s obzirom da su se norme pokazale u određenoj mjeri nezavisnim od individualnih razlika i kao efikasan način za modifikaciju različitih oblika ponašanja kod osoba. U skladu sa time, u jednom istraživanju su korištene socijalne norme s ciljem poboljšanja higijene ruku kod studenata (Lapinski, Maloney, Braz, & Shulman, 2013). Indukovanje normi je povećalo kvalitet pranja ruku kod studenata, neovisno o tome da li su prikazane javno ili privatno. Ovo ukazuje na to da su socijalne norme otporne na okolnosti u kojima se primjenjuju, te da su najčešće univerzalne.

Objašnjenje koje bi pretpostavljeno moglo najprikladnije da opiše interakciju između prosocijalnog ponašanja i zahvalnosti zasnovano je takođe na socijalnim normama, odnosno na normi reciprociteta. Kao što je ranije predstavljeno, prema normi reciprociteta osoba će uzvratiti drugoj osobi, ukoliko joj je pomogla. U istraživanjima je prethodno potvrđen efekat generaliziranog reciprociteta na zahvalnost, odnosno osoba koja dobija pomoć će pomoć proslijediti drugome (Simpson, Harrell, Melamed, Heiserman, & Negraia, 2017). Ovi rezultati ukazuju na to da socijalna norma reciprociteta izaziva zahvalnost. S obzirom da je teorija socijalnih normi primjenjiva na različite ljude i relativno stabilna tokom životnog vijeka, može se koristiti kao dostupan okvir za elaboraciju utjecaja zahvalnosti na

prosocijalno ponašanje. U nastavku će biti predstavljene studije koje ukazuju na odnos između prosocijalnog ponašanja i zahvalnosti, te detaljnije prikazane iz perspektive socijalne norme reciprociteta.

Tako jedno istraživanje pokazuje interakciju zahvalnosti i socioekonomskog statusa na prosocijalno ponašanje (Liu & Hao, 2017) U ovom istraživanju ispitan je efekat socijalnog statusa na davanje donacija, pri čemu je pretpostavljeno da zahvalnost i reciprocitet modifikuju iznos donacija. Rezultati ukazuju na to da osobe koje su višeg socioekonomskog statusa daju veće svote novca u svojim donacijama. Ali ono što je zanimljivo jesu različiti razlozi iz kojih osobe niskog i visokog socioekonomskog statusa doniraju. Pokazalo se da osobe visokog socioekonomskog statusa daju više novca kada imaju jači osjećaj reciprociteta, odnosno da će dobiti nešto zauzvrat zbog toga. Dok su ljudi nižeg socioekonomskog statusa bili velikodušniji kada su se osjećali zahvalnijima. Ovi rezultati upućuju na to da različiti faktori utječu na prosocijalno ponašanje kod različitih ljudi. U ovom slučaju, osobe visokog socioekonomskog statusa gledaju na prosocijalno ponašanje kao na profit. S druge strane, osobe niskog socioekonomskog statusa mogu više suosjećati sa osobom i osjećaj zahvalnosti ih može navesti na to da doniraju veće količine novca. Iako se pokazalo da osjećaj reciprociteta igra ulogu jedino kod osoba višeg socioekonomskog statusa, moglo bi se tvrditi i da reciprocitet igra ulogu u oba slučaja, ali uz bitnu razliku u smjeru reciprociteta i vrsti nagrade. U slučaju osoba višeg socioekonomskog statusa, reciprocitet je zasnovan na ekstrinzičnoj nagradi, odnosno očekivanju uzvratne dobiti s obzirom na pruženu pomoć. Dok u slučaju osoba sa nižim socioekonomskim statusom, smjer njihovog reciprociteta dolazi intrinzično od njih samih, te žele dati drugima bez osjećaja da se njima nešto treba vratiti zauzvrat.

Postavlja se pitanje, ne samo koliko zahvalnost poboljšava prosocijalno ponašanje, već i na koje sve faktore prosocijalnog ponašanja utječe zahvalnost. Paramita, Septiant i Tjipont (2020) su ispitali koje specifične efekte imaju zahvalnost i ponos na to hoće li osoba donirati novac i na to koliko će novca donirati. Pokazalo se da ponos ima utjecaj na to da li

će osoba donirati novac kada je donacija prepoznata, ali da nema utjecaj na to koliko se zapravo donira. S druge strane, kada su osobe zahvalne, statistički značajno se povećava i broj donacija i veličina donacije, neovisno o tome da li je donacija prepoznata ili ne. Ovaj rezultat ukazuje upravo na to da je socijalna norma reciprociteta internalizirana i na kraju bitna za samu osobu. Također pokazuje i to da socijalna norma reciprociteta izaziva osjećaj zahvalnosti, koji djeluje i na prosocijalno ponašanje.

Efekat zahvalnosti na prosocijalno ponašanje je ispitivan i na bosansko-hercegovačkom uzorku studenata psihologije (Bećirspahić & Hajrić, 2016). Studentima je zadavan modifikovani upitnik ekonomskog lokusa kontrole, koji je uključivao dihotomne da ili ne odgovore, sa mogućnošću da se nadopuni odgovor u pitanju otvorenog tipa. Ispitanici su bili podijeljeni u kontrolnu grupu koja je dobila običnu uputu, i eksperimentalnu grupu koja je dobila uputu kojom se indukovala zahvalnost. Mjera prosocijalnog ponašanja je bila koliko su često ispitanici davali obrazloženje na svoje odgovore, kao i koliko su prosječno riječi dodali, što je definisano kao kvalitet odgovora. Rezultati su pokazali da ispitanici kojima je inducirana zahvalnost statistički značajno više daju odgovora te da je kvalitet odgovora također veći. Ovo pokazuje da je induciranje zahvalnosti moguće i da je dovoljno da se modifikuje prosocijalno ponašanje. Iako ova studija pokazuje da se zahvalnost može inducirati jednostavnim postupkom, ima i određene nedostatke, s obzirom da veliki broj potencijalno konfundirajućih faktora nije kontrolisan. Kako je ranije napomenuto, ovaj rad je prvobitno planiran kao replikacija prethodno navedenog istraživanja, ali je zbog posljedica COVID-19 pandemije bilo nemoguće izvesti istraživanje. S obzirom na nemogućnost sprovođenja istraživanja, u nastavku slijedi prikaz sugestija za replikaciju.

Replikacija bi trebala uključiti nova mjerenja, te dodatne eksperimentalne uvjete. Prije svega, uključena bi bila i direktna mjera prosocijalnog ponašanja, kroz alokacijski test dobara (Social Value Orientation – SVO; Murphy, Ackermann, & Handgraaf, 2011), koji se sastoji iz zadataka u kojima osoba treba da odluči kako će izvršiti raspodjelu dobara između sebe i druge osobe. Ukoliko ispitanik daje drugoj osobi više nego sebi, to je indikator

prosocijalnog ponašanja. Primjenom ovog upitnika bilo bi moguće dobiti više kontrolisanu mjeru prosocijalnog ponašanja. Dodatno bi bilo korisno uvesti i provjeru manipulacije, odnosno da li je planirana indukcija dovela do povećanog osjećaja zahvalnosti. Za tu svrhu bi bila prikladna PANAS skala (Positive and Negative Affect Schedule; Watson, Clark, & Tellegan, 1988), u kojoj bi “zahvalno“ bilo testno raspoloženje u odnosu na ostala kontrolna, na osnovu čega bi bilo moguće usporediti da li je indukcija dovela do povećanih rezultata na post-testnom rezultatu zahvalnog raspoloženja u odnosu na ostala raspoloženja. S obzirom i na važnost individualnih razlika za prosocijalno ponašanje, preporučljivo bi bilo kontrolisati i efekat zahvalnosti kao crte ličnosti na prosocijalno ponašanje. U tu svrhu je moguće primijeniti GRAT skalu (Gratitude Resentment and Appreciation Test; Watkins, Woodward, Stone, & Kolts, 2003) koja mjeri stepen zahvalnosti kao crte ličnosti u različitim područjima. U odnosu na prvobitno istraživanje u kojemu je zahvala istovremeno indukovana i pisanim i usmenim putem, zbog čega je bilo teško razdvojiti efekte načina iskazivanja zahvalnosti, predložena replikacija bi mogla obuhvatiti i razdvojene eksperimentalne uvjete pisane i usmene zahvale. Ovim putem bi bilo važno provjeriti da li je jednako djelovanje iskazivanja impersonalne (samo pisano) zahvalnosti naspram personalizovane (usmene) zahvalnosti. Ovako postavljeno istraživanje bi moglo dati preciznije nalaze u odnosu na originalnu studiju, te bi dalo više informacija o tome na koji način zahvalnost utječe na prosocijalno ponašanje, te koliko je jednostavno inducirati zahvalnost. Nalazi ovakvog istraživanja bi mogli biti primijenjeni u budućnosti na slična istraživanja, kako bi se dobili kvalitetniji i vjerodostojniji rezultati.

Na osnovu prikazanih istraživanja i teorije demonstriran je efekat zahvalnosti na prosocijalno ponašanje i uslovi njegovog djelovanja. Taj utjecaj autori u najvećoj mjeri objašnjavaju socijalnom normom reciprociteta, s obzirom da je većinski univerzalna i da se ne mijenja kroz vrijeme, te se može inducirati na jednostavan način. U istraživanju Bećirspahić i Hajrić (2016) je demonstrirana jednostavna indukcija zahvalnosti. Možemo ovo povezati sa socijalnom normom reciprociteta, s obzirom da su ispitanici nesvjesno davali kvalitetnije odgovore kako bi se na neki način iskupili zbog inducirano osjećaja zahvalnosti.

Zamišljena replikacija bi nam dala dodatne odgovore, koji nisu ograničeni samo na inducirani osjećaj zahvalnosti, već i na zahvalnost kao crtu ličnosti. Kroz navedene demonstracije, možemo da pretpostavimo da je induciranje zahvalnosti efikasan način za modifikaciju prosocijalnog ponašanja, uzimajući u obzir da se može inducirati jednostavno, kao i to koliki efekat ima na prosocijalno ponašanje.

#### **4. Efikasnost zahvalnosti u modifikaciji prosocijalnog ponašanja**

Prethodno smo prikazali da zahvalnost može biti efikasan mehanizam za modifikaciju prosocijalnog ponašanja. Prednosti zahvalnosti kao modifikatora ponašanja pomaganja drugima su u jednostavnoj indukciji kroz socijalnu normu reciprociteta, te u tome što zahvalnost kao dominantno pozitivna emocija ne stvara stres kod osoba. Ove spoznaje mogu biti od koristi u budućoj primjeni zahvalnosti u svrhu ispitivanja ili poboljšavanja prosocijalnog ponašanja.

Međutim, treba uzeti u obzir da veliki broj psiholoških mehanizama i faktora utječe na prosocijalno ponašanje. Time se postavlja pitanje da li je zapravo zahvalnost najbolji modifikator prosocijalnog ponašanja, ili se u budućim istraživanjima prosocijalnog ponašanja istraživači trebaju fokusirati na neke druge mehanizme podizanja prosocijalnosti.

S tim u vezi, nedavno sprovedeno istraživanje ispitivalo je kakav utjecaj na dvije različite vrste prosocijalnog ponašanja imaju emocije moralnog uzdizanja i moralnog ogorčenja (Van de Vyver & Abrams, 2014). Istraživači su pretpostavili da će, ukoliko izazovu emociju moralnog uzdizanja, osobe imati veću tendenciju za dobrovoljnim prosocijalnim ponašanjem, a ukoliko izazovu moralno ogorčenje, osobe će imati tendenciju prosocijalnog ponašanja vezanog za pravdu. Ovu su hipotezu postavili na osnovu modela tendencije ocjenjivanja (eng. Appraisal Tendency Framework; Lerner & Keltner, 2000). Prema tom modelu, pojedinačne emocije podstiču jedinstvenu vrstu procjenjivanja i odluka koje su funkcija takve procjene. U ovom slučaju su pretpostavili da će moralno uzdizanje biti

povezano sa dobronamjernim prosocijalnim ponašanjem, dok će moralno ogorčenje biti povezano sa prosocijalnim ponašanjem vezanim za pravdu. Kako bi izazvali ove dvije emocije, ispitanicima su pokazani snimci koji su trebali da izazovu moralno uzdizanje ili ogorčenje. Rezultati su potvrdili postavljenu hipotezu, te u eksperimentalnim uslovima gdje su testirali dobronamjerno prosocijalno ponašanje pokazana je povišena tendencija samo kod osoba kojima je inducirano moralno uzdizanje, dok u uslovima gdje su testirali prosocijalno ponašanje vezano za pravdu, pokazana je povišena tendencija samo kod osoba kojima je inducirano moralno ogorčenje. Ovo istraživanje pokazuje da su različite vrste prosocijalnog ponašanja pod utjecajem različitih psiholoških mehanizama. U budućim istraživanjima zahvalnosti bilo bi zanimljivo provjeriti da li zahvalnost ima isti efekat na sve vrste prosocijalnog ponašanja. Prema pretpostavkama da se veza između zahvalnosti i prosocijalnog ponašanja oslanja na socijalnu normu reciprociteta, koja je, kako smo ustanovili, većinski univerzalna, onda bi trebala imati sličan efekat na različite vrste prosocijalnog ponašanja. Kada uzmemo u obzir emocije moralnog uzdizanja i ogorčenja, vidimo da one mogu da modifikuju prosocijalno ponašanje, ali ne na univerzalnoj razini, već samo kroz utjecaj na određene vrste prosocijalnog ponašanja.

Empatija je jedna od najčešće istraživanih emocija unutar psihologije, te su tako česta i istraživanja o utjecaju empatije na prosocijalno ponašanje. Jedna od studija je ispitala efekat empatije na prosocijalno ponašanje kod djece (Williams, O'Driscoll, & Moore, 2014). Kako bi inducirali osjećaj empatije, djeci je prikazan snimak djevojčice koja traži izgubljenog kućnog ljubimca. Ova metoda indukcije empatije se pokazala uspješnom. Rezultati ovog istraživanja ukazuju na to da djeca kojima je induciran osjećaj empatije pokazuju veću tendenciju prema prosocijalnom ponašanju. Ovi rezultati su replicirani i kod djece dobi 5-6 godina, kao i kod trogodišnje djece. Bitno je napomenuti da su istraživači, kako bi inducirali empatiju, morali inducirati i negativne emocije, odnosno emociju tuge. To bi mogao da bude jedan od nedostataka indukovanja prosocijalnog ponašanja putem empatije, s obzirom da je potrebno izazvati i negativnu emociju koja kao nuspojavu može izazvati psihološki stres kod osobe. Drugo istraživanje se bavilo utjecajem empatije na prosocijalno ponašanje kod

odraslih osoba, u situaciji kada doniraju novac za žrtvu nasilja (Dolma, 2005). Da bi izazvali osjećaj empatije, ispitanicima su prezentirane modifikovane slike djevojčice sa različitim stepenom ozljeda, te je ispod slike navedena poruka za podršku protiv nasilja nad djecom. Inducirani su različiti nivoi empatije na način da je veći stepen empatije izazivan ekspozicijom većeg stepena povreda na licu djevojčice. Ovaj metod se pokazao uspješnim u indukciji empatije na različitim nivoima. Kako bi testirali prosocijalno ponašanje, ispitanicima je postavljeno pitanje da li bi bili spremni da pomognu, te da li bi bili spremni da doniraju novac. Pokazano je da je empatija imala efekat na povećanje želje da se pomogne, ali nije povećala frekvenciju spremnosti da se donira novac. Ovaj rezultat možemo da interpretiramo kroz teoriju socijalne razmjene. Osobe smatraju da im sama želja da se pomogne ne oduzima mnogo resursa, tako da su spremniji da izjave da bi to uradili, dok se čini da samo doniranje novca predstavlja pretjerano ulaganje resursa, uz premalo uzvratne dobiti. Kroz primjer ovog istraživanja možemo da vidimo da je osjećaj empatije podoban za izazivanje prosocijalnog ponašanja u kontekstu socijalne razmjene, te da vjerovatno neće imati utjecaj na prosocijalno ponašanje u svim slučajevima.

Mindfulness (ili svjesna usredotočenost) je koncept koji se definira kao: „neosuđujuća svjesnost trenutnog momenta“ (Warren Brown i Ryan, 2003, str. 1). Ona se bazira na budističkim načelima, te je u osnovici vrsta meditacije. Pokazano je u prošlosti da mindfulness može imati pozitivan efekat na psihičko stanje osobe, te s obzirom da je u zapadnom svijetu taj koncept noviji, pojavljuje se sve više istraživanja na temu mindfulness-a. Između ostalog, istraživači su ispitivali i kakav utjecaj mindfulness ima na prosocijalno ponašanje (Hafenbrack, Cameron, Spreitzer, Zhang, Noval i Shaffakat, 2019). Istraživanje se sastojalo iz pet studija. Prva studija je uključivala jednu eksperimentalnu i jednu kontrolnu grupu. Eksperimentalna grupa je prošla kroz petodnevni mindfulness trening, dok je kontrolna grupa bila na listi čekanja. Pokazano je da su u toku ovih pet dana osobe iskazivale više prosocijalnog ponašanja, kroz kvantitativne upitnike i kvalitativne dnevnike. Iako ova prva studija pokazuje da mindfulness ima efekat na prosocijalno ponašanje, samo induciranje

mindfulness-a je trajalo duže vrijeme, te su bili potrebni kvalificirani mindfulness treneri kako bi odradili treninge. Druga studija je inducirala mindfulness kroz kratke snimke koji govore o mindfulnessu. Provjerom manipulacije je pokazano da je indukcija mindfulness-a uspjela kroz veći fokus na disanje, na sadašnji trenutak i na fizičke senzacije. U ovoj studiji je mjereno i manifestno prosocijalno ponašanje, koje su ocjenjivali vanjski ocjenjivači. Pokazano je da su osobe, koje su prošle kroz indukciju mindfulness-a, statistički značajno više iskazivale prosocijalno ponašanje, te da nisu samo bile spremne da izdvoje vrijeme da pomognu osobi, već i da daju novac. Ova studija ukazuje na to da je efekat mindfulness-a pod manjim utjecajem socijalne razmjene, s obzirom da su ispitanici bili spremni donirati novac, iako im to nije donosilo nikakvu korist. Treća studija je uključila istu vrstu indukcije kao i prethodna, ali je mjereno i koliko bi osoba bila spremna da donira novca za kolegu kojem je potreban. Pokazano je da su osobe kojima je induciran mindfulness statistički značajno više bile spremne dati novac kolegi kojem je potreban. Četvrta studija je opet obuhvatila istu vrstu indukcije kao i prethodne dvije, ali u ovom slučaju prosocijalno ponašanje je i mjereno raspodjelom novca. Ispitanici su učestvovali u lutriji, gdje je postojala novčana nagrada, koju bi zapravo dobili da su pobijedili na lutriji. Zatim su ispitanike pitali koliko bi dali novca svom kolegi, ukoliko bi osvojili na lutriji. Pokazano je da su osobe koje su prošle kroz indukciju mindfulness-a bile spremnije dati veću svotu novca svojim kolegama, nego osobe koje su bile u kontrolnoj situaciji. Posljednje dvije studije pokazuju da mindfulness ima efekat na finansijsko prosocijalno ponašanje, ali druga studija daje još značajnije rezultate, s obzirom da je u pitanju realan primjer i da osoba kojoj bi dali novac nije u materijalnoj potrebi. Posljednja studija je uključila još jednu vrstu mindfulness-a, te se u ovom primjeru prosocijalno ponašanje odnosilo na saosjećanje sa kolegom. U ovoj studiji su za indukciju mindfulness-a ispitanici prošli kroz petnaestominutne vježbe mindfulness-a. Opet je pokazano da je u obje vrste induciranog mindfulness-a povećana tendencija za prosocijalno ponašanje kada se poredi sa kontrolnom grupom. Ovo istraživanje nam daje veliki broj informacija o utjecaju mindfulness-a na prosocijalno ponašanje, s obzirom da



obuhvata nekoliko vrsta prosocijalnog ponašanja, te ukazuje da je mindfulness imao efekat na svaku. Možemo zaključiti da mindfulness efikasno modificira prosocijalno ponašanje, s obzirom da ima efekta na više vrsta prosocijalnog ponašanja, te da se jednostavno inducira kroz snimke mindfulness-a. Međutim, nedostatak je u tome što istraživači trebaju biti dobro upoznati sa samim konceptom mindfulness-a kako bi ga implementirali.

U ovom poglavlju su predstavljena četiri različita psihološka mehanizma koja imaju utjecaj na prosocijalno ponašanje. Svaki od njih je pokazao efekat na prosocijalno ponašanje, no neki su efikasniji od drugih. Moralne emocije uzdizanja i ogorčenja su pokazale da imaju efekta na specifične domene prosocijalnog ponašanja, ali ne i na sve testirane. Također, istraživači su imali problema da induciraju ove dvije emocije u potpunosti, tako da se može zaključiti da induciranje ovih emocija nije toliko jednostavno. Na osnovu toga možemo da zaključimo da moralne emocije uzdizanja i ogorčenja jesu efikasne u modificiranju specifičnih vrsta prosocijalnog ponašanja, ali ne možemo da generalizujemo njihove efekte na šire prosocijalno ponašanje. Empatija se pokazala kao efikasan modifikator prosocijalnog ponašanja kod male djece. Ali, kod odraslih osoba, iako je imala efekat na želju da se pomogne, u realnim slučajevima nije uspjela da nadomjesti cijenu onoga što bi osobe izgubile ukoliko pomognu. Empatija se pokazala jednostavnom za inducirati, ali da bi inducirali empatiju, osobe moraju proći kroz negativne emocije koje u konačnici mogu izazvati psihološki stres. Jedan od efikasnijih mehanizama za modifikaciju prosocijalnog ponašanja je mindfulness. Kroz predstavljeno istraživanje, pokazalo se da mindfulness utječe na veći broj različitih prosocijalnih ponašanja, od hipotetičkih do realnih situacija. Također je pokazano da se mindfulness jednostavno inducira kroz snimke o mindfulness-u, te da različite vrste mindfulness-a ne jednak način utječu na prosocijalno ponašanje. Najveći nedostatak mindfulness-a, kao mehanizma za izazivanje prosocijalnog ponašanja, je u tome što je poprilično nov koncept, te da bi se implementirao, potrebni su kvalificirani treneri mindfulness-a.

Od predstavljenih mehanizama za modifikaciju prosocijalnog ponašanja, najefikasnijim se pokazao mindfulness, ali se postavlja pitanje da li je efikasniji od zahvalnosti. Oba koncepta djeluju na različita ponašanja, te ih je jednostavno inducirati. No, za induciranje mindfulness-a je potrebno dodatno poznavanje područja, te zbog toga zahvalnost ima prednost u tom segmentu. Oba mehanizma su pozitivna i dovode do pozitivnih emocija, ali putem mindfulness-a osobe uče tehnike za umanjivanje psihološkog stresa, te se može pretpostaviti da će imati pozitivniji efekat na osobe. S tim u vezi, zahvalnost bi mogla biti efikasniji modifikator prosocijalnog ponašanja zbog jednostavnosti induciranja, ali isto tako, ukoliko istraživač ima ekspertizu iz oblasti mindfulness-a, njegovi dugoročni efekti bi mindfulness mogli učiniti boljom opcijom za modificiranje prosocijalnog ponašanja.

## **5. Zaključak**

Ovaj pregledni rad je imao za cilj da odgovori na tri pitanja o utjecaju zahvalnosti na ponašanje, odnosno preciznije, na prosocijalno ponašanje. Iako je zahvalnost koncept koji se relativno nedavno počeo istraživati, opet imamo puno informacija o njemu, te možemo doći do zaključaka o tome kakav utjecaj zahvalnost ima na osobu.

Unutar istraživačkog rada Wooda, Froha i Geraghtya (2010) pokazano je da zahvalnost može imati veliki utjecaj na dobrobit osobe, te da se zahvalnost može povezati sa širom životnom orijentacijom osobe. Zahvalnost ima utjecaj na poboljšanje socijalnih odnosa, na ličnost i dobrobit osobe, te može da ima utjecaj i na fizičko zdravlje. Pokazano je da osobe sa dominantnom crtom zahvalnosti karakteriziraju habitualna pozitivna dobrobit, te da takve osobe pospješuju razvoj i održavanje pozitivnih odnosa. Osim toga, zahvalnost ima utjecaj na smanjenje psiholoških stanja poput depresije, PTSP-a, oporavka od traumatskih doživljaja itd. Armenta, Frizy i Lyubomirsky (2017) su kroz svoj istraživački rad pokazali

da zahvalnost nije pasivna emocija, nego je pokretačka. Zahvalnost utječe na druge emocije te pokreće osobe na određena ponašanja. Također, zahvalnost može da izazove i negativne emocije koje motivišu ljude da ih isprave, te da se ponašaju na pozitivan način. Osim što zahvalnost ima pozitivan utjecaj na ljude, isto tako, putem zahvalnosti osobe mogu da prekrše postavljene socijalne norme zbog zahvalnosti, odnosno zbog želje za održavanjem odnosa (Zhu et al., 2020). Kroz sve ove primjere, vidimo da je zahvalnost veoma kompleksan koncept koji utječe na ljude i na njihove bazične osobine na razne načine, modificira ponašanje, a u nekim slučajevima, ima čak i negativan efekat.

Glavno pitanje ovog rada odnosilo se na to kakav efekat zahvalnost ima na prosocijalno ponašanje. Prije svega se trebalo pokazati putem kojeg teorijskog okvira bi se mogao najbolje objasniti odnos između prosocijalnog ponašanja i zahvalnosti. S obzirom na svoju univerzalnost, parsimoničnost i relativnu otpornost na individualne razlike, socijalna norma reciprociteta daje potencijalno najbolje objašnjenje interakcije između prosocijalnog ponašanja i zahvalnosti, kao i mogućnost generalizacije. Ovaj odnos se može i vidjeti kroz predstavljena istraživanja, kao i sam odnos između zahvalnosti i prosocijalnog ponašanja. Istraživanje Liu i Hao (2017) upravo pokazuje kako osobe koje su doživjele osjećaj reciprociteta, doživljavaju emociju zahvalnosti i potom imaju povećanu tendenciju za prosocijalnim ponašanjem. Istraživanje Bećirspahić i Hajrić (2016) ukazuje na dvije bitne stavke, kada je u pitanju utjecaj zahvalnosti na prosocijalno ponašanje. Prvo, zahvalnost utječe na različite vrste prosocijalnog ponašanja, te ima i kvalitativan, kao i kvantitativan efekat na ponašanje osoba. Druga jeste zapravo da je zahvalnost jednostavno inducirati. Zbog ova dva faktora predstavljena u ovoj studiji može se zaključiti da je zahvalnost efikasan modifikator prosocijalnog ponašanja. U budućnosti bi bilo korisno sprovesti predstavljenu replikaciju ovog istraživanja, kako bi kontrolisali veći broj potencijalno konfundirajućih faktora u istraživanju.

Na kraju je postavljeno i pitanje da li je zahvalnost zapravo najefikasniji mehanizam za modifikaciju prosocijalnog ponašanja. Iz predstavljenih mehanizama, zahvalnost bi mogla

biti najefikasniji način zbog jednostavnosti induciranja, zbog snažnog efekta na prosocijalno ponašanje, te s obzirom da se oslanja na socijalnu normu reciprociteta, zahvalnost bi mogla da posluži kao univerzalni način modifikacije. Alternativni mehanizam sa sličnim efektom na prosocijalno ponašanje kao i zahvalnost mogao bi biti mindfulness, ali nedostatak tog mehanizma se ogleda u potrebnom dodatnom znanju kako bi se implementirao. No, ukoliko je to znanje dostupno, mindfulness bi potencijalno mogao biti još efikasniji modifikator prosocijalnog ponašanja od zahvalnosti. Iz tog razloga, ovaj pregledni rad može poslužiti kasnijim empirijskim provjerama efikasnosti zahvalnosti u prosocijalnom ponašanju, pri čemu bi se buduća istraživanja, između ostalog, trebala orijentisati i na poređenje efekta zahvalnost i svjesne usredotočenosti na prosocijalno ponašanje.

## 6. Literatura:

- Ahn, H.-K., Kim, H. J., & Aggarwal, P. (2014). Helping Fellow Beings: Anthropomorphized Social Causes and the Role of Anticipatory Guilt. *Psychological science*, 224-229.
- Aknin, L., Van de vondervoort, J. W., Kushnir, T., & Hamlin, K. J. (2017). Selectivity in Toddlers' Behavioral and Emotional Reactions to Prosocial and Antisocial Others. *Developmental Psychology*.
- Armenta, C. N., Fritz, M. M., & Lyubomirsky, S. (2017). Functions of positive emotions: gratitude as a motivator of self-improvement and positive change. *Emotion Review*, 183-190.
- Armenta, C. N., Layous, K., Nelson, S. K., Chancellor, J., & Lyubomirsky, S. (January 2016). Gratitude and self-improvement in the workplace. San Diego, California, United States of America: Annual Meeting of Society for Personality and social Psychologists.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2005). *Socijalna Psihologija*. Zagreb: MATE.
- Baltes, P. B., Reese, H. W., & Nesselroade, J. R. (1988). *Life-span developmental psychology: Introduction to research methods*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, inc.
- Barto, A. G., Singh, S., & Chentanez, N. (2005). Intrinsically Motivated Learning of Hierarchical Collections of Skills. *Advances in Neural Information Processing Systems*.
- Becirspahic, A., & Hajric, H. (2016). The effect of gratitude on prosocial behavior. *Unpublished Manuscript*. Sarajevo, Bosnia and Herzegovina: Filozofski fakultet Sarajevo.
- Berkowitz, L. (1972). Social Norms, Feelings, and Other Factors Affecting Helping and Altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 63-108.
- Burnstein, E., Crandall, C., & Kitayama, S. (1994). Some Neo-Darwinian Decision Rules for Altruism: Weighing Cues for Inclusive Fitness as a Function of the Biological Importance of the Decision. *Journal of personality and social psychology*, 773-789.
- Carlson, M., & Miller, N. (1987). Explanation of the relation between negative mood and helping. *Psychological Bulletin*, 91-108.
- Celen, B., Schotter, A., & Blanco, M. (2017). On blame and reciprocity: Theory and experiments. *Journal of economic theory*, 62-92.
- Cohen-Israel, Y., Uzefovsky, F., Kashy-Rosenbaum, G., & Kaplan, O. (2015). Gratitude and PTSD symptoms among Israeli youth exposed to missile attacks: examining the mediation of positive and negative affect and life satisfaction. *The Journal of positive psychology*, 99-106.
- DeShea, L. (2003). A Scenario-Based Scale of Willingness to Forgive. *Individual Differences Research*, 201-217.
- Dolma, T. (2005). Different levels of negative emotions and their impact on prosocial behavior. *Dissertations and Theses @ UNI*.

- Eagly, A. H., & Crowley, M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 283-308.
- Falk, A., & Fischbacher, U. (2005). A theory of reciprocity. *Games and economic behavior*, 293-315.
- Gleason, M. E., Iida, M., & Shrout, P. E. (2003). Daily supportive equity in close relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1036-1045.
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 161-178.
- Hafenbrack, A. C., Cameron, L. D., Spreitzer, G. M., Zhang, C., Noval, L. J., & Shaffakat, S. (2019). Helping people by being in the present: Mindfulness increases prosocial behavior. *Organizational behavior and human decision processes*.
- Hill, P. L., Allemand, M., & Roberts, B. W. (2013). Examining the Pathways between Gratitude and Self-Rated Physical Health across Adulthood. *Personality and individual differences*, 92-96.
- Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 597-606.
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: cookies and kindness. *Journal of personality and social psychology*, 387-388.
- Kline, R., Bankert, A., Levitan, L., & Kraft, P. (2017). Personality and Prosocial Behavior: A Multilevel Meta-Analysis. *Political science research and methods*, 1-18.
- Lapinski, M. K., Maloney, E. K., Braz, M., & Shulman, H. C. (2013). Testing the Effects of Social Norms and Behavioral Privacy on Hand Washing: a Field Experiment. *Human Communication Research*, 21-46.
- Layous, K., Sweeny, K., Armenta, C., Na, S., Choi, I., & Lyubomirsky, S. (2016). Gratitude inductions induce more than gratitude. *Manuscript under review*.
- Lerner, J. S., & Keltner, D. (2000). Beyond Valence: Toward a model of emotion-specific influences on judgement and choices. *Cognition and Emotion*, 473-493.
- Liu, C.-J., & Hao, F. (2017). Reciprocity belief and gratitude as moderators of the association between social status and charitable giving. *Personality and individual differences*, 46-50.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J.-A. (2002). The grateful disposition: a conceptual and empirical topography. *Journal of personality and social psychology*, 112-127.
- McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A., & Larson, D. B. (2001). Is Gratitude a Moral Affect? *Psychological bulletin*, 249-266.
- McCullough, M. E., Tsang, J.-A., & Emmons, R. A. (2004). Gratitude in intermediate affective terrain: Links of grateful moods to individual differences and emotional experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 295-309.

- McLeod, S. (24. October 2019). *Social Identity Theory*. Preuzeto od Simply Psychology: <https://www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html>
- Murphy, R. O., Ackermann, K. A., & Handgraaf, M. J. (2011). Measuring Social Value Orientation. *Judgment and Decision Making*, 771-781.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology 10th Edition*. Holland, Michigan: McGraw-Hill.
- Paramita, W., Septianto, F., & Tjiptono, F. (2020). The distinct effects of gratitude and pride on donation choice and amount. *Journal of retailing and consumer services*.
- Petrocchi, N., & Couyoumdjilan, A. (2015). The impact of gratitude on depression and anxiety: the mediating role of criticizing, attacking, and reassuring the self. *Self and Identity*, 191-205.
- Piliavin, A. J. (2003). Doing well by doing good: Benefits for the benefactor. *Flourishing: Positive Psychology and the life well-lived*, 224-247.
- Simpson, B., Harrell, A., Melamed, D., Heiserman, N., & Negraia, D. V. (2017). The roots of reciprocity: gratitude and reputation in generalized exchange systems. *American Sociological review*, 1-23.
- Solom, R., Watkins, P. C., McCurrach, D., & Daniel, S. (2015). Thieves of thankfulness: traits that inhibit gratitude. *Journal of positive psychology*, 120-129.
- Van De Groep, S., Meuwese, R., Zanolie, K., Guroglu, B., & Crone, E. A. (2018). Developmental Changes and Individual Differences in Trust and Reciprocity in Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 192-208.
- Van de Vyver, J., & Abrams, D. (2014). Testing the prosocial effectiveness of the prototypical moral emotions: elevation increases benevolent behaviors and outrage increases justice behaviors. *Journal of experimental social psychology*.
- Warren Brown, K., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well being. *Journal of personality and social psychology*, 822-848.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and happiness: Development of a measure of gratitude and relationships with subjective well-being. *Social behavior and personality: An international journal*, 431-452.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegan, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 1063-1070.
- Whatley, M. A., Webster, M. J., Smith, R. H., & Rhodes, A. (1999). The effect of a favor on public and private compliance: how internalized is the norm of reciprocity? *Basic and applied social psychology* 21, 251-259.
- Williams, A., O'Driscoll, K., & Moore, C. (2014). The influence of empathic concern on prosocial behavior in children. *Frontiers in psychology*.

- Witteck, R., & Bekkers, R. (2015). Altruism and Prosocial Behavior, Sociology of. *International Encyclopedia of the social and behavioral sciences*, 579-583.
- Wood, A. M., Froh, J. F., & Geraghty, A. W. (2010). Gratitude and well-being: A review and theoretical integration. *Clinical psychology review*.
- Wood, A. M., Joseph, S., & Maltby, J. (2008). Gratitude uniquely predicts satisfaction with life: incremental validity above the domains and facets of the five factor model. *Personality and individual differences*, 49-54.
- Wood, A. M., Maltby, J., & Linley, A. P. (2007). The role of gratitude in the development of social support, stress, and depression: Two longitudinal studies. *Journal of Research in Personality*, 854-871.
- You, S., Lee, J., & Lee, Y. (2020). Relationships between gratitude, social support, and prosocial and problem behaviors. *Current Psychology*.
- Zhu, R., Xu, Z., Tang, H., Wang, H., Zhang, S., Zhang, Z., . . . Liu, C. (2020). The dark side of gratitude: Gratitude could lead to moral violations. *Journal of experimental social psychology*.