



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi

Hur väljer människor vem de ska hjälpa?

Hur sinnesstämning och identifierbarhet påverkar beslutstagande i fördelningsdilemman

Erik Nilsson & Ylva Tronde

Kandidatexamensuppsats, HT 2015

Handledare: Arvid Erlandsson
Examinator: Åse Innes Ker

Abstrakt

Hur och vem väljer personer att hjälpa? Och vem hjälper man om man har möjlighet att välja mellan olika alternativ? Att hjälpa handlar inte endast om rationella övervägningar. Det finns ett flertal psykologiska aspekter som påverkar hur människor väljer att hjälpa: hur offret framställs eller vilken sinnesstämning den potentiella aktören befinner sig i. Dessa två faktorer ligger till grund för denna studie som avser att undersöka hur identifierbarhet och sinnesstämning påverkar människors resonerande kring fördelningsdilemman. I en enkätstudie primades deltagarna till två olika sinnesstämningar och uppmanades sedan ta ställning till vilket av två välgörenhetsalternativ de skulle hjälpa. Studien visade att sinnesstämning och identifierbarhet i viss mån påverkade deltagarnas val i fördelningsdilemman. Emotionellt primade deltagare tenderade att i större utsträckning välja det kortsiktiga välgörenhetsprojektet medan de med kalkylerande priming valde det långsiktiga välgörenhetsprojektet. Denna skillnad visade sig dock endast om det kortsiktiga alternativet framställdes som ett oidentifierat offer och inte om det framställdes som ett identifierat offer. Resultatet av studien väcker frågor gällande hur graden av identifierbarhet egentligen påverkar viljan att hjälpa och huruvida uppläggen i fördelningsdilemman kan leda till psykologisk reaktans.

Nyckelord: fördelningsdilemma, välgörenhet, hjälpbeteende, identified victim effect, priming

Abstract

How and who do people choose to help? And who does one help if one has the opportunity to choose between two alternatives? To help is not all about rational considerations. There are a number of psychological aspects which affect how people choose to help: how the victim is presented or what mood the potential actor is in. These two factors are the essences of this study that intended to explore how identifiability and mood affect people's reasoning about distribution dilemmas. In a survey study the participants were primed into two different moods and asked to choose between which of two charity options they would like to help. The study showed that mood and identifiability affected the participants' choices to a certain extent. Emotionally primed participants preferred the short-term option to a large extent whilst the calculating primed preferred the long-term option. However, this difference revealed itself only when the short-term option where presented as an unidentified victim and not when presented as an identified victim. The result brings up questions regarding how the level of identifiability truly affects the willingness to help and how the design of distribution dilemmas can lead to psychological reactance.

Keywords: distribution dilemma, charity, helping behavior, identified victim effect, priming

Tiggare sitter utanför våra matvarubutiker, personer drabbas av svårbehandlade sjukdomar och har inte råd med behandlingarna som kostar obscena summor. Människor som behöver hjälp både här och nu. Samtidigt hotas hela nationer av den globala uppvärmningen och miljontals väntas insjukna i livshotande sjukdomar. Bör vi även hjälpa dessa för oss framtida och främmande människor? Är det kanske till och med lika viktigt att hjälpa framtida offer som att hjälpa nutida offer? Peter Singer (2009), en av den moderna tidens största filosofer, menar att det inte finns någon moralisk skillnad mellan de här situationerna. Han hävdar att vi har samma fundamentala moraliska skyldighet att hjälpa framtida offer likväl som redan existerande offer. Detta kan givetvis diskuteras på ett filosofiskt plan, men Singer (2009) menar att skillnaden mellan de här situationerna inte är av moralisk innebörd, utan snarare psykologisk.

Människor är mer villiga att hjälpa offer som de kan identifiera (Small & Loewenstein, 2003) eller som de upplever att de bidrar till en märkbar procentuell skillnad om de hjälper (Bartels & Burnett, 2010). Dock hävdar Singer (2009) att vi bör bortse från dessa fakta och försöka maximera nyttan av vårt hjälpande utifrån att alla människors liv, framtida som samtida, bör värderas på samma sätt. Det kan verka mer rimligt att hjälpa 100 framtida cancerpatienter än att hjälpa en cancersjuk person i nuet, och det kanske skulle bli ännu tydligare om vi var tvungna att välja endast ett av dessa två alternativ. Men är denna typ av resonemang rimligt att förvänta sig när de flesta av människors moraliska bedömningar sker baserat på intuitioner och inlärdna mönster (Haidt, 2001)? Det verkar trots allt inte helt omöjligt, eftersom människors moraliska intuitioner kan tillrättavisas och därmed förändra hur individen väljer att handla (Small, Loewenstein & Slovic, Studie 1, 2007; Paxton & Green, 2010).

Denna studie syftar till att undersöka hur inducerade sinnestillstånd (känslomässigt eller kalkylerande) påverkar deltagarnas vilja att stödja antingen ett framtida (långsiktigt) eller nuvarande (kortsiktigt) hjälpprojekt. Den syftar också till att undersöka hur andra psykologiska fenomen kan påverka valprocessen. Introduktionen kommer först att exemplifiera hur kortsiktiga och långsiktiga hjälpprojekt kan se ut och hur dessa kan kontrasteras i ett fördelningsdilemma. Sedan kommer betydelsen av default att diskuteras, samt hur ett offer presenteras (t.ex. med namn och bild) kan tänkas påverka deltagarnas fördelningsval. Slutligen kommer studiens specifika hypoteser och övergripande frågeställning att presenteras.

Kortsiktiga och långsiktiga projekt

När vi står inför valet att hjälpa, eller när vi till och med redan bestämt oss för att hjälpa, kan personen/personerna som behöver hjälp kännas mer eller mindre "nära" oss, både geografiskt och i tiden. Singer (1972) förklarar det här med en hypotetisk situation. De allra flesta skulle inte tveka inför att hjälpa en person som håller på att drunkna om vi är på plats och bevittnar detta hända, även om det skulle innebära att vi förstör våra dyra nya skor. Ändå kan vi sällan tänka oss att skänka motsvarande summa som skorna kostar oss till välgörenhet för att hjälpa en eller flera människor på en avlägsen plats. Även om det här exemplet är draget till sina extremer visar det absurditeten i vad som kan påverka valet om vem vi ska hjälpa.

För att koppla till mer konkreta exempel kan vi tänka på hur välgörenhetsorganisationer jobbar med olika fokus. Vissa fokuserar på en direkt och akut hjälp samtidigt som andra satsar mer på förebyggande insatser och mot långsiktiga mål. Exempelvis Barncancerfonden beskriver sig själva som att deras primära uppgift är att finansiera forskning och utbildning inom området (Barncancerfonden, n.d.). Att jobba förebyggande skulle kunna ses som det optimala alternativet ur en *utilitaristisk*¹ synpunkt eftersom det totala antalet räddade offer kan förutses bli störst (Singer, 2009). Men samtidigt ger förebyggande projekt inte givaren någon garanti för *vem* som kommer nås av hjälpen eller *när* det kan tänkas ske.

I kontrast till ett långsiktigt fokus finns det även exempel på organisationer och insamlingar vars syfte är att hjälpa en enskild individ, alternativt ett fåtal individer. Insamlingarna beskriver ofta tragiska fall och många människor väljer att skänka pengar till dem. Ett exempel är en insamling som en dotter startade upp för sin svårt sjuka mamma. Mamman hade inte kunnat jobba på 15 år eftersom hon kontinuerligt drabbats av allvarliga sjukdomar (bl.a. cancer). Dottern ville att mamman skulle få åka på semester med sina yngsta söner för att få energi och göra något som hon inte hade råd med, trots att alla i familjen hjälpt till ekonomiskt. Dottern skapade en Facebookgrupp och på tre dagar hade de samlat in över 80 000 kronor (Adolfson & Andersson, 2015). Till skillnad från de långsiktiga projekten ger dessa kortsiktiga projekt en direkt och greppbar effekt. Genom att skänka pengar till en insamling som avser en specifik person får människor känna att det är en verklig person som nås av hjälpen och att denne får hjälp *nu*, en känsla som är svår att uppnå genom mer förebyggande projekt.

¹ Utilitarism är en moral filosofisk teori som hävdar att moraliska handlingar försöker maximera nyttan/njutning för alla inblandade (Mill, 2002).

Denna studie kommer att undersöka hur deltagarna väljer mellan två välgörenhetsprojekt när de ställts inför ett kortsiktigt projekt (en resa till ett cancersjukt barn och barnets föräldrar) och ett långsiktigt projekt (forskning om barncancer), när de endast kan donera till ett av projekten. Deltagarna kommer alltså utsättas för ett *fördelningsdilemma*.

Fördelningsdilemman

Det vanligaste sättet att testa hjälpbeteenden är genom att fråga deltagarna hur mycket de är villiga att monetärt donera i en specifik situation. Hälften av deltagarna får läsa om en typ av projekt samtidigt som den andra hälften får läsa om ett annat projekt. Sedan jämförs hur deltagarna i de olika grupperna valde att hjälpa beroende på vilket av alternativen de läst (Dickert, Sagara & Slovic, 2011; Ivan, 2014, Studie 1a). Denna typ av dilemma har bl.a. använts av Kogut och Ritov (2005, Studie 1) för att undersöka om deltagarna var mer villiga att hjälpa enskilda individer snarare än en ett flertal. När de gjorde en jämförelse mellan grupperna så såg man att gruppen som fått läsa om ett enskilt offer donerade en större summa pengar än gruppen som läst om ett flertal.

En annan metod för att testa hur människor väljer att hjälpa är genom att presentera två eller flera projekt bredvid varandra (*joint evaluation*) och sedan uppmana deltagarna att aktivt välja mellan vilket av projekten de helst vill hjälpa (Wiss, Andersson, Slovic, Västfjäll & Tinghög, 2015; Ivan, 2014, Studie 2a). Det här kan kallas fördelningsdilemman eller resursfördelning vilket baseras på dilemman som deltagaren står inför där de har resurser som måste fördelas mellan flera mottagare. Som en fortsättning på sin studie valde Kogut och Ritov (2005, Studie 2) att presentera båda alternativen från Studie 1 bredvid varandra (*joint evaluation*) för samma deltagare, istället för att deltagarna bara fick ett alternativ att ta ställning mot. Resultatet visade en nästan omvänd effekt: deltagarna donerade mer till ”flertalsalternativet” när alternativen ställdes bredvid varandra.

Istället för att presentera olika alternativ för olika grupper använder den här studien ett *joint evaluation* fördelningsdilemma. Två olika projekt (ett långsiktigt och ett kortsiktigt) presenterades sida vid sida och deltagarna uppmanades aktivt att välja mellan de två.

Betydelsen av default

Vid utformandet av ett fördelningsdilemma kan man välja att formulera valet som helt öppet för deltagaren, men man kan också använda sig av default genom att något av alternativen redan är *förvalt* och deltagaren måste därmed aktivt bryta från default för att välja ett annat alternativ. Att ett alternativ är *default* innebär att det är alternativet som väljs om personen inte

specifikt ändrar till ett annat alternativ (Everett, Caviola, Kahane, Savulescu & Faber, 2015). Det har visat sig att människor tenderar att i högre utsträckning behålla default än att ändra till de andra alternativen, ett fenomen som kallas *default effect* eller *default bias* (översatt: defaulteffekten). Bara det faktum att det finns ett defaultalternativ kan, på subtila sätt, påverka människors känsla av vad de egentligen vill. Det kan till och med påverka de som inte ens väljer default. Samtidigt kan default påverka beslutet utan att personen som gör valet är medveten om det (Dhingra, Gorn, Kener & Dana, 2012).

Everett med kollegor (2015) undersökte hur ett altruistiskt beteende, som att ge till välgörenhet, kan påverkas av defaulteffekten. De ville testa huruvida defaulteffekten kunde påverka människor mot ett mer altruistiskt beteende med omedelbara konsekvenser. I linje med sin hypotes upptäckte de att fler personer valde att skänka till välgörenhet om det alternativet var default än om det inte var default. Samtidigt menade de på att det här skulle kunna förklaras, åtminstone delvis, genom sociala normer - vad vi upplever är förväntat av oss att göra (Everett et. al, 2015).

Även Wiss med kollegor (2015) använde sig av default för att undersöka hjälpbetenden. I ett joint evaluation fördelningsdilemma behövde deltagarna välja mellan ett enskilt barn (identifierat eller statistiskt) eller fem barn (identifierade eller statistiska) och default var alltid det identifierade enskilda barnet. Resultatet visade att default inte alltid var det mest attraktiva alternativet, utan att hur de två alternativen formulerades gjorde problemet mer komplext än tidigare påvisat, något som kommer att diskuteras mer i diskussionsdelen av denna studie.

Denna studie använder sig av ett default på ett liknande sätt genom att alltid presentera det kortsiktiga projektet som default. Deltagarna behövde sedan välja huruvida de antingen skulle behålla default (genom att inte ändra något) och därmed välja det kortsiktiga projektet, eller att aktivt bryta default och därmed välja det långsiktiga projektet istället. Eftersom det inte finns ytterligare en version där default är det långsiktiga alternativet eller där default inte figurerar alls så kan denna studie inte testa defaulteffekten i sig utan endast använda sig av default i utformandet av fördelningsdilemmat.

Identifierbarhet och hjälpande

Som nämnt tidigare kan en person i nöd kännas mer eller mindre nära oss i både tid och rum. Ytterligare en aspekt är hur *identifierad* personen är för oss. Är vi medvetna om att det är någon med en specifik sjukdom, en viss ålder eller vet vi till och med deras namn och hur de ser ut? Hur mycket vi vet om den/de som behöver hjälp kan påverka vår vilja att hjälpa.

Identified Victim Effect (IVE), eller identifierbarhetseffekten, kallas det fenomen som gör att vi i högre utsträckning väljer att hjälpa ett offer som är identifierat för oss (Small & Loewenstein, 2003). Flertalet studier har visat på vilka sätt det här fenomenet kan påverka våra val och fördelning av resurser. Kogut och Ritov (2005) konstaterade utifrån sin studie att deltagarna var villiga att skänka betydligt mer pengar till de offer som beskrevs personligt med ålder, namn och bild, än de som endast beskrevs med ålder eller inte var identifierade alls. De visade också att den här effekten bara uppstod när offret presenterades som *ett enskilt offer* jämfört med en grupp identifierade offer. Identifierbarhetseffekten visade sig dock inte när de två olika projekten visades bredvid varandra (*joint evaluation*), så att deltagarna kunde jämföra och välja mellan alternativen, utan endast när hälften av deltagarna läste om det ena alternativet och andra hälften om det andra för att sedan jämföra grupperna (Kogut & Ritov, 2005). Det här skulle kunna tyda på att identifierbarhetseffekten inte påverkar människor på samma sätt när de kan jämföra de två alternativen sida vid sida.

Det finns dock ett problem med att lämna ut specifika fakta om offret. Plötsligt blir det svårt att säga huruvida det är identifierbarhet i sig som gör att man vill hjälpa mer, eller om det är något specifikt fakta om individen som tilltalar personens preferenser (Small & Loewenstein, 2003). Kanske är det en individ med just de förutsättningarna (ålder, kön, etnicitet, utseende) som gör att vissa blir mer empatiskt inställda. Men med det sagt har man ändå kunnat visa på att personer är mer villiga att hjälpa andra enbart utifrån att det är beslutat vem det är som ska få hjälp (i kontrast till att det inte är beslutat vem). Personen i behov av hjälp behöver alltså inte vara identifierad på något annat sätt än som en bestämd mottagare för att öka vår vilja att hjälpa (Small & Loewenstein, 2003).

En annan aspekt av identifierbarhetseffekten är vad Bartels och Burnett (2010) kallar för *drop-in-the-bucket thinking* (översatt: en droppe i havet). Uttrycket syftar till de tankebanor som får oss att känna att det vi gör ändå är en så obetydligt liten del att vi istället väljer att inte hjälpa alls. De upptäckte dock att drop-in-the-bucket tänkandet minskar när gruppen vi ska hjälpa framställs mer som unika än endast som en flock.

Det har även gjorts studier som *inte* stödjer teorin om identifierbarhetseffekten. Wiss med kollegor (2015) gjorde upptäckter gällande identifierbarhetseffekten som inte stämmer helt överens med tidigare studier. De använde sig av ett fördelningsdilemma där deltagarna var tvungna att välja mellan två alternativ (*joint evaluation*) och utförde testet i både USA och Sverige för att jämföra resultaten. Deltagarna i USA uppvisade förväntad effekt eftersom de föredrog det alternativ som var mest identifierat/personligt, men deltagare i

Sverige föredrog *inte* det identifierade alternativet utan visade istället på en motsatt effekt (Wiss et al., 2015).

En del av nuvarande studie undersöker hur identifierbarhet påverkar våra beslut i fördelningsdilemman. Deltagarna ställs alltid inför valet mellan ett kortsiktigt projekt och ett långsiktigt projekt. Hälften av deltagarna läser om ett identifierat, personligare beskrivet, offer (en resa åt det cancersjuka barnet Julia och hennes föräldrar) i det kortsiktiga projektet och hälften läser om ett oidentifierat offer (en resa åt ett cancersjukt barn och barnets föräldrar) i det kortsiktiga projektet. Alla läser dock om oidentifierade statistiska offer i det långsiktiga projektet.

Emotioners påverkan

En människas emotioner påverkar till stor del dennes beslutfattande (Anderson, 2003; Small et al., 2007). T.ex. verkar defaulteffekten delvis kunna förklaras av våra emotioner. Enligt Anderson (2003) är även detta relativt rationellt. Icke-defaultalternativets eventuella fördelar behöver inte vägas upp av att personen tvingas ta ställning och därmed ett aktivt beslut. Genom att göra aktiva val tillskrivs alternativen en prioritering, vilket kan stressa oss emotionellt. Därför kan det vara lättare att inte göra något aktivt val (välja default) och därmed fransäga sig den stressen (Anderson, 2003)

En av de bakomliggande anledningarna till att identifierbarhetseffekten påverkar viljan att hjälpa är därför att ett identifierat offer har en kraftfullare emotionell effekt än ett oidentifierat (Small et al., 2007). Forskning visar att emotioner har en viktig roll när moraliska beslut tas (Haidt, 2001). Ett exempel på en sådan teori är Haidts (2001) socialintuitionism som hävdar att moraliska resonemang och slutledningar till stor del baseras på en kombination av automatiska processer och intuitioner. Endast vid speciella tillfällen är våra moraliska beslut baserade på genomtänkta resonemang. Givet att emotioner påverkar individens moraliska omdöme verkar identifierbarhetseffekten följa ganska naturligt ur premisserna. Resonemanget har dock mött kritik i senare forskning, både psykologisk och filosofisk (Greene, Morelli, Lowenberg, Nyström & Cohen, 2008; Paxton & Greene, 2010).

Paxton och Greene (2010) menar att man kan göra psykologisk skillnad på olika moraliska omdömen, ett omdöme som de delvis baserar på tidigare forskning från Greene. Greene med kollegor (2008) har visat att beroende på om ett omdöme är baserat på utilitaristiskt kalkylerande premisser eller baserat på moralisk intuition så är det utilitaristiska valet generellt en mer kognitivt krävande process än omdömet baserat på intuition. I linje med det menar Paxton och Greene (2010) att personer gör snabba, intuitiva moraliska omdömen,

vilket överensstämmer med Haidts modell. Men de menar även att människor har möjlighet att föra djupare moraliska resonemang i större utsträckning än vad Haidt menar. Deras resonemang stärks även av Loewenstein och Small (2007) som menar att den intuitiva moraliska reaktionen är viktigt när det kommer till moraliska beslut. Ett moraliskt resonemang, menar de, utgörs av (1) att man försöker beräkna vem som behöver mest hjälp samt (2) att man skapar sig förståelse för om man som individ kan bidra till det. En individ kan sedan via en intuitiv upplevelse göra en ytterligare, mer kritisk, analyserande bedömning av situationen.

Dickert med kollegor (2011) hävdar att även *hur* informationen presenteras och kognitivt visualiseras påverkar den emotionella responsen, vilket i sin tur bidrar till i vilken grad man använder sin kritiska förmåga. T.ex. finns det forskning (Huber, Van Boven, McGraw & Johnson-Graham, 2011; Li, Vietri, Galvani & Chapman, 2010) som menar att endast en relativt enkel sak som i vilken ordning man presenterar olika alternativ bidrar till en individs villighet att hjälpa ett visst alternativ. Det alternativ som presenterats sist ger nämligen upphov till omedelbara känslor, vilket kan räcka som motivation för moraliska beslut. Ett sätt att delvis förstå hur denna visualiseringsprocess ska gå till är genom dual-process modellen (Evans, 2008).

Dual-process model hävdar att kognitiva processer sköts på olika sätt, via olika system. Dessa system refereras ofta till som System 1 och System 2. System 1 beskrivs ofta som det intuitiva och affektiva systemet. Det aktiveras intuitivt av personliga upplevelser, möten i vardagen eller social tillhörighet och är tänkt att hjälpa oss handla utifrån intuitioner, vilket gör att vi kan ta snabba beslut i vardagen (Evans, 2008; Loewenstein & Small, 2007). System 2 beskrivs som det mer kalkylerande systemet, vilket är mer kritiskt och rationellt, och vars aktivering är en mer "medveten" process. Teorin hävdar att människor behöver dessa två olika system eftersom System 1 hjälper oss att verka i vardagen genom reflexer och intuitioner medan System 2 möjliggör ett mer kritiskt och analytiskt tänkande. Hur mycket personer tenderar att använda de olika systemen beror delvis på individuella skillnader (Barrett, Tugade & Engle, 2004). I praktiken kommer även olika situationella faktorer att påverka hur mycket och vilket system personer använder (Kahneman, 2011). Situationella faktorer kan manipuleras i psykologiska experiment i syftet att främja användandet av ett system över ett annat (Dickert et al., 2011; Ivan, 2014).

För att återknytta till identifierbarhetseffekten: när ett identifierat offer presenteras aktiveras/stimuleras det affektiva systemet (System 1) i större utsträckning än när statistiska offer presenteras (Small et al, 2007). När en individ väljer att donera kommer den i större

utsträckning att göra det utifrån sina primärt upplevda känslor, även om beslutet att hjälpa just det offret inte nödvändigtvis är det mest rationella (Huber et al, 2011). Dock är det fullt möjligt för System 2 att "rätta" System 1 och förändra vårt beteende till ett mer rationellt val (Small et al., 2007) eller för den delen att använda System 2 för att rättfärdiga de beslut som nåtts av System 1 (Pizarro, Uhlmann & Bloom, 2003).

Denna studie avsåg försätta deltagarna i tillstånd som var tänkt att främja antingen System 1 eller System 2 för att se hur detta påverkade deltagarna. Ett tillvägagångssätt kan vara att använda olika primingtekniker för att försöka få deltagarna att använda ett specifikt system i större utsträckning. Denna studie använde sig av priming i syftet att inducera två olika sinnesstämningar (emotionell eller kalkylerande) hos deltagarna, för att sedan undersöka om detta påverkar deras val i ett fördilemma.

Priming

Forskningen skiljer på olika typer av priming, där *konceptuell priming* och *mindset priming* är frekvent använda. Konceptuell priming syftar till aktivera en mental representation av ett koncept, varpå andra intryck kommer att tolkas via det konceptet (Thompson-Schill & Kan, 2001). Mindset priming syftar snarare till att försöka försätta deltagaren i ett visst mindset (tanksätt) och att mindset kommer färga av sig över resten av experimentet (Sassenberg & Moskowitz, 2005).

I samband med hjälpdilemman har mindset priming använts i tidigare forskning. Small med kollegor (2007, Studie 1) visade i sin studie att utifrån primär information gjorde deltagarna ett ställningstagande kring hur mycket de ville hjälpa. Men det ställningstagandet valde sedan deltagarna att ändra i ljuset av ny relevant information, som var tänkt att försätta deltagarna i olika mindset. Small med kollegor (2007, Studie 4) primade deltagare antingen med ett kalkylerande/medvetet mindset eller ett emotionellt/intuitivt mindset. Antingen genom att låta dem göra en matematisk uppgift eller låta dem återge hur de upplevde ett ord (t.ex. ordet "baby"). Här såg hon hur deltagare med kalkylerande priming var mindre benägna att donera till identifierade offer än gruppen som var emotionellt primad. Det var dock ingen skillnad i hur mycket deltagarna gav till ett statistiskt offer, baserat på priming.

Även Ivan (2014, Studie 1) visade i sin studie att beroende på om deltagarna primats kalkylerande eller emotionellt påverkade hur de valde att donera pengar i ett fördelningsdilemma. Hennes studie är av betydande vikt för denna studie och kommer därför presenteras kort. Hypotesen löd, i linje med det som presenterats ovan, att deltagare med emotionell priming skulle vara mer benägna att donera än de kalkylprimade. Samtidigt skulle

de kalkylprimade deltagarna vara mer benägna att välja det “mer rationella” (utilitaristiska) alternativet oftare när de presenterades för flera alternativ.

Studie 1a i Ivans arbete undersökte om deltagare som primats med ett emotionellt mindset var mer benägna att donera till välgörenhet än de som primats med ett kalkylerande mindset. Primingen skedde genom att deltagarna leddes att tro att studien behandlade kopplingen mellan personlighet och handstil. En grupp ombads sedan att skriva antingen om ett emotionellt minne där de kände stark medkänsla för någon (för att försätta dem i ett emotionellt tillstånd) och den andra gruppen ombads räkna ut en restaurangnota (för att försätta dem i ett kalkylerande tillstånd). Manipulationen gav resultat, eftersom de emotionellt primade var mer benägna att donera än de med kalkylpriming.

I hennes Studie 2a avsåg hon undersöka huruvida emotionell kontra kalkylerande mindset priming påverkade valet av välgörenhet i joint evaluation fördelningsdilemma, där det ena valet var kortsiktigt medan det andra var långsiktigt. Det kortsiktiga projektet i hennes studie representerades av organisationen *Min Stora Dag*, vars fokus är att förverkliga och stödja svårt sjuka barns och ungdomars önskedrömmar (*Min Stora Dag*, n.d.). Hennes långsiktiga projekt var *Världsinfektionsfonden* vars fokus ligger på långsiktig forskning kring fattigdomens infektionssjukdomar (*Världsinfektionsfonden*, n.d.). Hon använde samma primingmetod som i studie 1a. Hennes resultat låg i linje med tidigare forskning (Dickert et al., 2011) och visade att de som genomgått en emotionell priming i högre utsträckning valde att hjälpa det småskaliga projektet och de som genomgått den kalkylerande valde i högre utsträckning det storskaliga alternativet. Hon använde inte något default, vilket denna studie gjorde.

Teorin verkar alltså kunna påvisa att vilket system en deltagare använder (aktiverat genom priming) påverkar vem och hur mycket deltagaren vill hjälpa samt att det är möjligt att till viss del försätta personer i ett visst sinnestillstånd (Small et al, 2007; Dickert et al, 2011; Ivan 2014).

Denna studie

Nuvarande studie kan ses som en utveckling av Ivans (2014) Studie 2a eftersom denna studie också avser att använda sig av hjälpdilemman samt använda den primingmetod som användes i Ivans studie. Ett antal tillägg och utvecklingar har dock gjorts bl.a. i form av användandet av ett default samt undersökandet av hur identifierbarhetseffekten påverkar resultatet.

Studien undersöker samband mellan sinnesstämning (orsakad av priming) och val av välgörenhetsprojekt. I studien användes mindset priming för att försätta deltagarna i antingen ett emotionellt eller ett kalkylerande sinnestillstånd. Sedan testade studien hur benägna deltagarna var att välja ett kortsiktigt projekt eller ett långsiktigt projekt, beroende på vilken typ av priming de genomgått. Även här skiljer sig denna studie från Ivans (2014) eftersom hon inte bara använde sig av kortsiktigt/långsiktigt utan även ingrupp/utgrupp i sitt upplägg. I denna studie hålls grupptillhörigheten hos offren (svenska barn) och sjukdomskontext (cancer) konstant och därmed ligger fokus på att skillnaden mellan projekten handlar om kort- eller långsiktighet. Samtidigt finns det i denna studie två versioner av det kortsiktiga projektet där det ena presenterades som ett identifierat offer och det andra som ett oidentifierat offer.

Syfte

Syftet med studien är att få en större förståelse för hur sinnesstämning och identifierbarhetseffekten kan påverka människor när de ställs inför hjälpdilemman.

Hypotes 1

Människors sinnesstämning (emotionell kontra kalkylerande) kommer att påverka deras resursfördelning mellan välgörenhet. De som har primats emotionellt antas i högre utsträckning att behålla det kortsiktiga projektet och de som primats kalkylerande antas i högre utsträckning att byta till det långsiktiga projektet.

Hypotes 2

De som läser om ett identifierat offer i det kortsiktiga projektet kommer att donera till det kortsiktiga projektet i högre utsträckning än de som läser om ett oidentifierat offer i det kortsiktiga projektet.

Utifrån syftet och hypoteserna formulerades även frågeställningen: finns det en interaktion mellan typen av priming (emotionell/kalkylerande) och hur det kortsiktiga alternativet presenteras (identifierat/oidentifierat)?

Metod

Deltagare

Sammanlagt deltog 242 studenter från olika fakulteter Lunds Universitet och Malmö Högskola i en enkätstudie. Eftersom enkäten var på svenska behövde deltagarna vara svensktalande för att förstå uppgiften. De som studerade eller tidigare hade studerat psykologi tillfrågades inte att delta. Deltagarna valdes genom ett bekvämlighetsurval och blev samtidigt slumpmässigt indelade i någon av de fyra olika grupperna. Två deltagare fullföljde inte enkäten och uteslöts därför för vidare analys. Alltså var det 240 deltagare (65 män, 168 kvinnor, 7 med ospecificerat kön, medelålder = 23,24, $SD = 3,6$) som användes i analysen.

Instrument

Studien använde sig av en enkät som bestod av tre delar. Första delen var en handstilsuppgift, andra delen en fördelningsuppgift och den sista delen bestod av ett personlighetstest. På försättsbladet (se Appendix A) framgick det att deltagarna var helt anonyma samt att de kunde avbryta sitt deltagande när som helst. De ombads även kryssa i en ruta för att bekräfta att de läst och förstått ovanstående information. På försättsbladet informerades deltagarna om att det var en psykologisk studie om relationen mellan handstil, sinnesstämning och världsbild. De blev även informerade om att enkäten skulle ta ca 10-15 min att fylla i, och att 10 kronor skulle skänkas till välgörenhet som tack för deras medverkan.

Handstilsuppgift

Efter försättsbladet följde handstilsuppgiften (se Appendix B, C & D). Målet med denna uppgift var att deltagarna själva skulle skriva ett textstycke för hand, och på så vis induceras med antingen en emotionell sinnesstämning eller en kalkylerande sinnesstämning.

De som tilldelats emotionell priming instruerades att tänka på en känslsam situation från sitt liv där de känt stark medkänsla för en annan människa, för att sedan beskriva den här situationen och formulera i skrift de känslor som upplevts. De blev informerade genom de instruktioner som framgick att personligheten skulle "visa sig bäst" i handstilen om den som skrev var känslomässigt berörd och upplevde starka emotioner riktade mot någon annan.

På motsvarande vis instruerades de med kalkylerande priming att förklara i skrift hur de skulle räkna ut svaret på en matematisk uppgift (*En restaurangnota består av följande: 122,00 kr för förrätt, 254,50 kr för huvudrätt och 73,50 kr för efterrätt, plus 15 % moms. Hur stor blir den totala notan?*). De blev också informerade om att personligheten skulle "visa sig

bäst” i handstilen om den som skrev tänkte rationellt och logiskt. Oberoende av priming ombads de att skriva ca 20-50 ord.

Fördelningsuppgift

Efter denna uppgift fick de veta att det var viktigt att ta en paus innan det sista momentet (personlighetstestet), och att de i denna paus skulle få välja vilket av två välgörenhetsprojekt de ville skänka 10 kronor till. Denna “paus” bestod av fördelningsuppgiften där två olika insamlingar/organisationer presenterades.

Det kortsiktiga projektet (Projekt A) beskrevs som en insamling med avsikt att hjälpa ett enskilt barn som led av en elakartad form av cancer. Pengarna skulle i det här fallet gå till en resa för barnet och dennes familj, något som skulle betyda mycket för dem och ta fokus från hopplösheten med sjukdomen.

Det långsiktiga projektet (Projekt B) innebar att man gav de 10 kronorna till Barncancerfonden. Deras främsta uppgift beskrevs som att finansiera forskning och utbildning inom området barncancer (Barncancerfonden, n.d.). Det långsiktiga målet med forskningen är att kunna utrota sjukdomen. Projekt B representerade ett långsiktigt projekt baserat på att forskning kan komma att göra skillnad för fler individer på lång sikt.

Vidare fanns det två versioner av det kortsiktiga projektet: ett identifierbart och ett oidentifierbart. För hälften av deltagarna var barnet identifierat och presenterades med bild och namn (se Appendix G). Den andra hälften fick en liknande presentation men där barnet var oidentifierat, alltså presenterat som “ett barn” utan varken bild eller namn (se Appendix F). Det långsiktiga projektet presenterades likadant för alla grupper.

På alla enkäter var det kortsiktiga projektet redan förkryssat av forskningsledarna med en blyertspenna. Rutan var endast lätt ifyllt och var lätt för deltagaren att sudda ut.

Instruktionerna vid detta val löd: *“Om du vill donera 10kr till Projekt A så fyller du i det redan ifyllda krysset. Om du istället föredrar att donera till Projekt B så suddar du ut det ifyllda krysset noga och kryssar för den andra rutan istället.”*

Hur rutorna presenterades (se Appendix F & G)



Projekt A

(Utlandsresa till sjuka Julia)



Projekt B

(Barncancerfonden)

Fördelningsuppgiften avsåg att undersöka om den inducerade primingen (emotionell eller kalkylerande) påverkade val av projekt.

Personlighetstest

Efter fördelningsuppgiften (pausen) följde den tredje delen som kallades för ett personlighetstest (se Appendix H). Deltagarna ombads först att skatta sig själva på en 7-gradig Likert-skala utifrån ett antal känslor (uttråkad, känslös, analytisk, glad, nostalgisk, beräknande och irriterad) baserat på hur de kände sig när de skrev texten tidigare. Momentet fungerade som en manipulationscheck av primingen. Optimalt skulle de som primats kalkylerande skatta sig själva som analytiska och beräknande i större utsträckning än de som blivit emotionellt primade. På ett liknande sätt skulle de som blivit emotionellt primade skatta sig själva som mer känslösamma. Resterande känslor avsåg fungera som en utfyllnad och för att inte avslöja syftet med frågorna. Valet av manipulationscheck baserades på Ivans (2014) design eftersom samma manipulation fungerade i hennes studie samt att det finns likheter mellan denna och hennes studie.

Efteråt ombads deltagarna att fylla i ett antal frågor gällande etik/världsbild hämtade från Clifford med kollegor (Clifford, Iyengar, Cabeza & Sinnott-Armstrong, 2015). Dessa frågor analyserades inte i studien utan verkade endast som ett utfyllnadsmoment för att ge en deltagarna upplevelsen av att testet fortsatte efter den påstådda pausen. Slutligen fick de uppge sin ålder och markera sin könstillhörighet.

Design

Designen är en 2x2 faktoriell mellangrupsdesign eftersom två oberoende variabler manipulerades på två nivåer vardera: vilken typ av priming samt vilken version av kortsiktigt projekt som presenterades. Det fanns således fyra olika kombinationer av enkäterna.

Procedur

Insamlingen skedde kring olika fakulteter vid Lunds Universitet och vid Malmö Högskola. Studenter blev tillfrågade om de ville delta i en psykologisk studie om handstil, sinnesstämning och världsbild. De som valde att delta blev tilldelade en blyertspenna, radergummi samt enkätformuläret. Om de satt i grupp uppmanades de att inte prata med varandra under tiden. Deltagarna fyllde sedan i enkäten enligt angivelserna som beskrivits ovan.

När de lämnade in den färdiga enkäten fick de en muntlig debriefing. Då informerades de om studiens egentliga syfte, de fick berätta om det var något som kändes oklart eller konstigt med enkäten, och även om de anat det verkliga syftet. Här tydliggjordes också att pengarna verkligen *skulle* gå till välgörenhet och att det alltså inte var en del av manipulationen. De tackades för sin medverkan och fick möjligheten att ange sin mailadress på ett separat blad om de ville ha ytterligare information om studien.

Resultat

För att undersöka om primingen haft effekt på deltagarnas sinnesstämning utfördes parametriska t-test² mellan de två grupperna: emotionell och kalkylerande priming. Ett test utfördes för varje enskild uppskattad känsla. De som var emotionellt primade skattade sig som mer känsllosamma, och även mindre glada, i jämförelse med de kalkylprimade (se Tabell 1.1). De emotionellt primade skattade även sig som både mindre beräknande, samt mindre analytiska än de med kalkylpriming. Resultaten kan tolkas som att manipulationen fungerade eftersom de emotionellt primade kände sig mer emotionella medan de kalkylprimade kände sig mer analytiska och beräknande.

Tabell 1.1. Medelvärde, standardavvikelse och p-värde för manipulationskontroll.

	Emotionell	Kalkylerande	<i>p</i>
Uttråkad	2,41 (1,49)	3,13 (1,60)	<.001
Känslösam	4,50 (1,35)	1,89 (1,28)	<.001
Analytisk	3,10 (1,45)	4,46 (1,49)	<.001
Glad	2,50 (1,44)	3,52 (1,38)	<.001
Nostalgisk	2,75 (1,82)	2,91 (1,89)	.509
Beräknande	2,34 (1,45)	4,62 (1,69)	<.001
Irriterad	2,11 (1,57)	2,38 (1,57)	.183

² Flera icke-parametriska Mann-Whitney test utfördes, men visade på i stort sätt samma resultat.

Eftersom att primingens effekt visade på en signifikant skillnad kommer nu resultatet för de två hypoteserna att presenteras och diskuteras. Innan det följer först ett tydliggörande över hur olika fördelningsval tolkades.

De som valde att inte sudda ut defaultalternativet och inte heller kryssade i det långsiktiga projektet tolkades som att de ville behålla default³. De som istället valde att sudda ut default och istället kryssade i rutan för det långsiktiga projektet har tolkats som att de valde att byta från default.

Dock var det två deltagare som hade lämnat båda rutorna ikryssade. Dessa två tolkades som att de avsett att byta till det långsiktiga valet men av okänd anledning glömt, eller inte orkat, sudda ut den redan ikryssade rutan för det kortsiktiga valet.

Det var en god spridning i fördelningsvalet: ungefär hälften valde att behålla det kortsiktiga projektet och hälften valde att byta till det långsiktiga projektet. Sammantaget var det 118 deltagare (49%) som valde att behålla default och 122 deltagare (51%) som valde att byta från det.

För att testa Hypotes 1, att de som primats emotionellt i högre grad skulle behålla det kortsiktiga projektet (default) än de som primats med kalkylerande, utfördes ett Chi-Square test. Även om designen för studien är en 2 x 2 design behövs ett Chi-Square test eftersom studien använder ett dikotomt utfallsmått, vilket inte kan mätas med en ANOVA. Testet visade att det inte fanns en signifikant skillnad: $\chi^2(1, N = 240) = 1.34, p = .248$. Det fanns dock en svag tendens i linje med hypotesen: något fler av de med emotionell priming valde att behålla det kortsiktiga projektet (53%) i jämförelse med de som fått kalkylpriming (46%).

Ett Chi-square test användes också för att testa Hypotes 2: att de som presenterats med ett identifierat offer som Projekt A i högre grad skulle behålla det kortsiktiga projektet än de som presenterats med ett oidentifierat offer. Testet visade här att det inte fanns någon tendens i en specifik riktning: $\chi^2(1, N = 240) = 0, p = 1$. Oberoende om de läste det oidentifierade eller identifierade offret valde 49% av deltagarna i båda grupperna att behålla det kortsiktiga projektet.

Slutligen undersöktes om det fanns några samband (interaktion) mellan typ av priming och vilken version av Projekt A som presenterades (identifierat eller oidentifierat offer). Grupperna delades upp baserat på hur deras kortsiktiga (Projekt A) presenterats, och utifrån

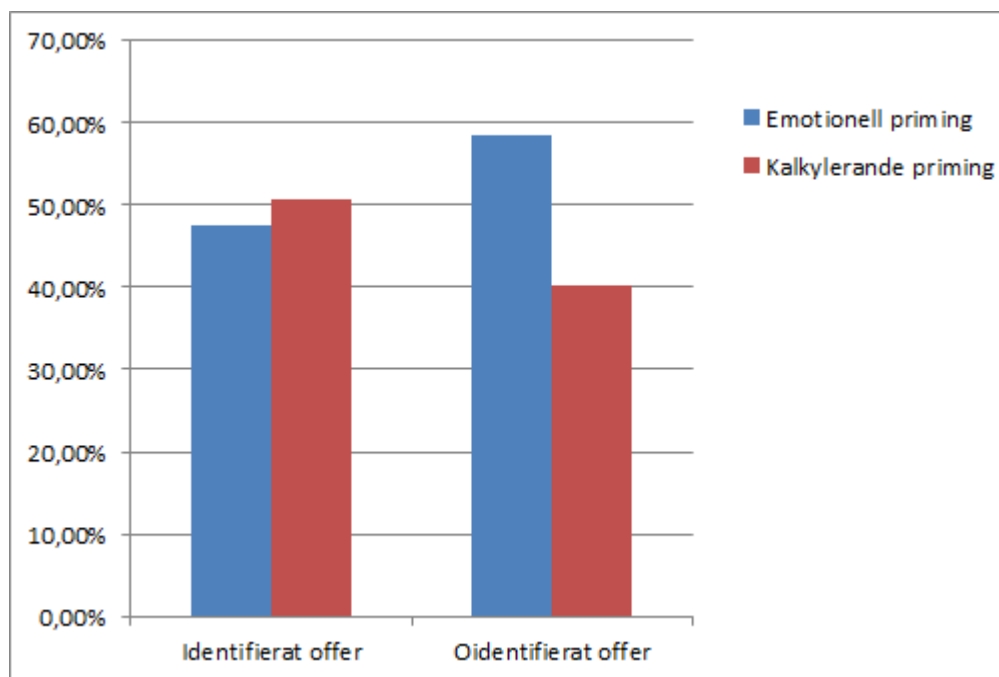
³ Ca en tredjedel av de som valde att behålla default fyllde i krysset extra mycket (precis som instruktionerna bad om) men resterande gjorde det inte. I analysen har även de som inte fyllde i krysset extra mycket tolkats som att de behöll default.

det utfördes två Chi-Square test, för att se hur primingen påverkat valet av välgörenhet⁴. Hos gruppen som fick versionen med ett identifierat offer fanns det inget samband mellan typ av priming och tendensen att behålla/byta från default; $\chi^2 (1, N = 120) = .136, p = .719$.

Oberoende av priming bytte eller behöll deltagarna i ungefär samma utsträckning (47,5% behöll hos de emotionsprimade respektive 50,8% hos de kalkylprimade). Utifrån resultatet för den här gruppen går det alltså inte att säga något om hur de olika sinnesstämningarna (emotionell och kalkylerande) påverkar valet mellan kortsiktig kontra långsiktig välgörenhet.

Dock fanns det en signifikant skillnad hos gruppen med ett oidentifierat offer i det kortsiktiga projektet; $\chi^2 (1, N = 120) = 4.015, p = 0.045$. Deltagarna med emotionell priming i denna grupp behöll det kortsiktiga projektet i högre utsträckning (58,6%) än de som hade kalkylerande priming (40,3%). Det här kan tyda på att typen av priming påverkade valet av projekt i den här gruppen eftersom att de som fått en emotionell priming i högre grad valde att behålla valet att donera till det kortsiktiga projektet än de som fått en kalkylerande priming.

Figur 1.1. Andel som behöll det kortsiktiga projektet.



⁴ Ett mer naturligt val av analys hade varit en logistisk regression. Då den typen av analys inte går igenom på kandidatnivå användes istället ett Chi-Square test.

Diskussion

Huvudsakliga fynd

Som resultatdelen visade fanns det sammantaget inget statistiskt underlag för varken Hypotes 1 eller Hypotes 2. Ser man till gruppen som läste den identifierade versionen av det kortsiktiga projektet, med namn och bild på offret, fanns det inga samband mellan typen av priming de fick och vilken typ av välgörenhet de föredrog. Ser man istället *enbart* på gruppen som läste versionen där offret var oidentifierat, fanns det samband av den typ som förväntades i Hypotes 1: typen av priming verkar påverka vilken version deltagarna föredrog.

I den här gruppen (oidentifierat offer) behöll emotionellt primade det kortsiktiga alternativet i större utsträckning än gruppen med kalkylpriming. Resultatet stöds av den forskning gällande identifierbarhetseffekten som menar att offret endast behöver vara bestämt för att öka viljan att hjälpa, då det enskilda barnet var mer *bestämt* än projektet om framtida forskning (Small & Loewenstein, 2003).

Även forskning kring Dual-Process teorin och priming stödjer resultatet eftersom System 1 och System 2 främjar olika typer av resonering som främjar en viss typ av agerande (Small et al., 2007; Loewenstein & Small, 2007; Kahneman, 2011; Ivan, 2014). Deltagarna med kalkylpriming har genom primingen försatts i en mer analytiskt sinnestämning och därmed aktiverat System 2 i större utsträckning. Precis som Greene med kollegor (2008) argumenterar för verkar det finnas en koppling mellan ett analytiskt tänkande och ett utilitaristiskt resonemang. Då det långsiktiga alternativet i denna studie kan tolkas som det utilitaristiskt rätta, skulle det kunna vara en anledning till att fler med kalkylpriming valde detta alternativ. Det bör även tilläggas att resultatet för primingen visade, liksom i Ivans (2014) studie, att primingen verkar ha fungerat. De kalkylprimade skattade sig själva som mer beräknade och att de emotionellt primade skattade sig som mer känslösa.

Med den generella frågeställningen i åtanke ger resultaten upphov till en intressant diskussion. Resultatet i gruppen som läst om ett identifierat kortsiktigt projekt skiljer sig från resultatet hos den grupp som läst om ett oidentifierat kortsiktigt projekt. Alltså verkar versionen av det kortsiktiga projektet vara en avgörande faktor eftersom det är det som skiljer grupperna åt. Resultatet hos den grupp som läste om ett oidentifierat offer i det kortsiktiga projektet stämmer överens med det resultat som Ivan (2014, Studie 2a) fann. En möjlig förklaring kan vara att villkoren för denna grupp är *mer lika* villkoren Ivans grupp hade, i jämförelse med gruppen som hade ett identifierat offer som kortsiktigt projekt. Hennes dilemma bestod nämligen också, liksom i denna studie, av två alternativ men det som primärt

skiljde alternativen åt i hennes studie var deras syfte (kortsiktigt eller långsiktigt) snarare än att det ena var mer eller mindre identifierbart än det andra. Poängen är att Ivan (2014, Studie 2a) inte syftade till att skilja på sina alternativ genom att göra det ena mer identifierbart än det andra, utan att skilja på dem genom att göra dem mer eller mindre långsiktiga. Ett liknande resonemang kan appliceras på gruppen i denna studie med ett oidentifierat offer. I denna grupp avsågs identifierbarhet spela en mindre roll och faktumet att alternativen var långsiktigt eller kortsiktigt spela mer roll.

Det bör även tilläggas att en skillnad mellan Ivans (2014) studie och denna är användandet av default. Men effekten av default analyserades inte i denna studie och även när default användes i gruppen med ett oidentifierat offer blev resultatet liknande det Ivan (2014) fann. Sammantaget ger dessa skillnader upphov till ett intressant problem. Eftersom det enda som skiljer grupperna åt i denna studie är vilken version av offer de läste om, verkar det också följa att nivån av identifierbarhet och default påverkar deltagarna på ett sätt som inte förväntades. Hur är det möjligt?

Identifierbarhetseffekten och psykologisk reaktans

Enligt teorier om identifierbarhetseffekten borde det alternativ som framställts som mest personligt vara det val som deltagarna föredrog (Kogut & Ritov, 2005), speciellt de som genomgått en emotionell priming (Small et.al., 2007). Resultatet från nuvarande studie motsäger just denna aspekt av identifierbarhetseffekten och gav också motsatt effekt från vad som väntades i Hypotes 2. När det kortsiktiga projektet beskrevs med personliga detaljer (namn och bild) fanns det ingen signifikant skillnad för hur deltagarna valde att hjälpa, trots att det alternativet borde vara mer attraktivt enligt identifierbarhetseffekten. De som istället läste den *mindre identifierbara* versionen av det kortsiktiga projektet föredrog det alternativet före det långsiktiga projektet, förutsatt att de genomgått emotionell priming.

Trots att resultaten är oväntade är de samtidigt i linje med studien som nämndes i introduktionen där Wiss med kollegor (2015) upptäckte en negativ effekt kopplat till identifierbarhet, i motsats till den tidigare accepterade teorin om identifierbarhetseffekten. De testade ett fördelningsdilemma på svenska studenter samt ett urval av vuxna i USA där deltagarna kunde välja mellan projekt som hjälpte ett enskilt offer eller ett projekt som hjälpte fem stycken offer. De två alternativen visades för deltagaren bredvid varandra (joint evaluation). På ett liknande sätt som i nuvarande studie använde de sig av olika versioner av testet där de varierade vilket av alternativen som var mer identifierat än det andra (med namn, bild och ålder). Resultaten för USA visade att deltagarna hjälpte det enskilda offret i högre

utsträckning när det var identifierat än när det inte var det. I motsats till detta visade resultaten för deltagarna i Sverige att de hellre valde det enskilda offret före gruppen av offer när det var *oidentifierat* än när det var identifierat (Wiss et.al., 2015). Eftersom deltagarna i nuvarande studie också bestod av svenska studenter och fick samma resultat skulle det kunna tyda på en kulturell skillnad mellan USA och Sverige, alternativt en skillnad mellan studenter och övrig befolkning, som gör att identifierbarhet påverkar val av välgörenhet på olika vis. Men det är vanskligt att dra sådana slutsatser endast baserat på dessa resultat. Wiss med kollegor (2015) använde sig istället av begreppet *reaktans* för att förklara sina oväntade resultat, ett begrepp som även kommer att användas i diskussionen av nuvarande studie.

När människor hamnar i situationer där de upplever att deras frihet och kontroll är hotad eller förlorad kan reaktionen bli något som kallas *psykologisk reaktans*. Teorin om reaktans menar att när det uppstår ett hot mot eller förlorande av vår frihet motiverar det oss att skydda och återta vår frihet och kontroll (Brehm & Brehm, 1981). Det här behöver inte handla om situationer när all vår frihet är tagen ifrån oss, utan det handlar om till vilken grad vi upplever oss förlora frihet och kontroll över t.ex. vilka val vi har. Reaktans kan alltså uppstå när vi känner oss tvingade eller förväntade att göra ett visst val, något som komplicerar själva processen att välja. Hur mycket reaktans som uppstår kan också kopplas till hur *mycket* det känns som att vi inte har något val (Brehm & Brehm, 1981). Den motreaktionen som reaktans består av kan ta sig olika uttryck beroende på vad det är vi känner reaktans mot, men i grunden handlar det om att åtminstone känna att vi tar kontroll över våra val igen.

Skulle psykologisk reaktans kunna vara en faktor som påverkat deltagarna i denna studie? Om det var fallet hade det kunnat förklara varför de som läste om ett personligt beskrivet kortsiktigt projekt inte valde det alternativet i den utsträckning som de förutsågs att göra (baserat på tidigare studier om identifierbarhet). Kanske kände deltagarna en så hög förväntan, som en utsagd uppmaning, att välja det personliga valet att situationen skapade reaktans. En reaktion som i sin tur ledde till att de gjorde det motsatta valet. Samtidigt skulle det kunna finnas deltagare som upplevde att de förväntades välja det långsiktiga, forskningsinriktade projektet och därför valde det kortsiktiga i en stund av reaktans.

Denna studie, Wiss med kollegor (2015) samt Kogut med kollegor (2005) är alla exempel på studier som visat att identifierbarhetseffekten inte gav förväntad effekt när joint evaluation användes (projekten presenteras bredvid varandra) så att deltagaren kunde välja mellan dem. Om joint evaluation tillsammans med identifierbarhet kan leda till reaktans skulle det kunna vara ytterligare en anledning till att resultatet inte blev precis som förväntat.

Samtidigt användes default som i sig innebär att ett val redan gjorts åt någon. Med tanke på att reaktans uppstår när personens frihet att göra sina egna val känns hotad vore det inte otroligt att vissa deltagare reagerar med reaktans på att ett alternativ är default. Tidigare forskning påstår att deltagare tenderar att föredra default (Dhingra et. al., 2012). Men fenomenet reaktans skulle kunna vara en förklaring till att vissa deltagare *inte* föredrar default, eftersom de önskar att ta tillbaka makten över sina egna beslut. Det skulle också kunna vara kombinationen av en personlig beskrivning *och* att det alternativet samtidigt är default som gör att reaktans uppstår. Det kortsiktiga alternativet var default även när det presenterades som oidentifierat, men där verkade inte reaktans uppstå (eftersom det fanns en tendens att välja default i det fallet). Det här skulle kunna tolkas som att det helt enkelt blir för mycket när ett alternativ både verkar avse att väcka starka känslor (genom bild och namn på offret) och samtidigt redan är förvalt åt dig.

Design och begränsningar

Genom att använda en enkätstudie kunde ett stort antal deltagare och därmed en stor mängd data samlas in på förhållandevis kort tid. En stor mängd data gör det också möjligt att visa på statistiska sammanband som går att generalisera, åtminstone till viss del⁵. Den kvantitativa data som enkätstudien producerade lämnade inte ett stort tolkningsutrymme till den som analyserade data, eftersom den bestod av siffror och dogmatiska val. Hur själva enkäten utformades samt vilka projekt som skulle klassificeras som kortsiktiga/långsiktiga kan däremot ses som subjektiva val gjorda av författarna av studien. Ambitionen var att de två projekten skulle spegla definitionerna av kortsiktigt och långsiktigt som diskuterats i introduktionen och det är på dessa premisser som författarna valt hur projekten presenterats för deltagaren. Metoden som användes och den typ av data som samlades in gjorde det dock svårt att komma åt en djupare förståelse av varför deltagarna gjorde sina val. De teorier och psykologiska aspekter som bearbetats i studien kan påstå sig förklara *varför* till viss del, men metodvalet gör att det inte går att titta på varför deltagarna själva upplevde att de gjorde sina val.

Det bör även tilläggas att studien valde att använda default som ett designval och att studien inte syftar till att mäta defaulteffekten. Hade det varit en ambition att mäta default effekten hade kontrollgrupper behövts. Dessa skulle fått likadana enkäter men där det

⁵ Data har enbart samlats in vid Lunds Universitet och Malmö högskola där deltagarna i framförallt var studenter. Resultatet från denna studie kan således generaliseras till västerländska universitetsstudenter, om någon grupp, men inte vidare utanför den gruppen (Henrich et al., 2010).

långsiktiga var default. Hade studien haft tillgång till sådan data hade det varit möjligt att uttala sig om hur default påverkat resultatet, vilket skulle kunna vara en framtida utveckling av studien.

Det kan påstås att deltagarna kunde ana vad studien handlar om, åtminstone att fördelningsuppgiften inte var en paus utan egentligen en del av studien. Om deltagarna förstod, eller trodde sig förstå, syftet med studien och därför valde annorlunda än de skulle gjort om de var helt ovetande kan det ha påverkat resultat. Vissa deltagare berättade vid debriefing att de förstod att studien inte handlade om vad den utgav sig för att göra. Men dessa antog snarare att studien behandlade moral i någon utsträckning och refererade snarare till frågorna om moral och världsbild (Clifford et al., 2015) än till fördelningsuppgiften. Eftersom frågorna kom efter fördelningsuppgiften är det dock mindre troligt att en sådan övertygelse kan ha influerat valet vid fördelningen, eftersom fördelningsuppgiften redan var gjord när frågorna presenterades. Eftersom deltagarna fyllde i enkäten i en icke-kontrollerbar miljö finns det risk för att de blev distraherade eller pratade med andra (trots att de ombads att inte göra det), något som skulle kunna påverka resultaten. För att undvika det här problemet hade deltagarna kunnat fylla i enkäten i en kontrollerad laboratoriemiljö, men det hade å andra sidan tagit längre tid och ett lika stort antal deltagare hade inte kunnat samlas in.

Själva primingverktyget och primingchecken bör både ha god validitet och reliabilitet eftersom studien använde sig av Ivans (2014) primingverktyg. I hennes studie visade det sig (även i denna) att deltagarna skattade sig själva i linje med den priming de tilldelats, vilket bör vara ett tecken på god validitet. Hennes verktyg är i sin tur baserat på andra verktyg för priming som fungerat även i tidigare studier, vilket bör visa på verktygets reliabilitet (Small et al., 2007; Dickert et al., 2011). Själva fördelningsuppgiften bör även den ha god validitet. Eftersom studien avsåg att se hur deltagarna fördelade resurser i hjälpdilemman och deltagarna fick (1) ett realistiskt dilemma presenterat för sig samt (2) deltagarna var medvetna om att de 10 kr de skulle disponera var verkliga pengar och att de *faktiskt* skulle doneras. Baserat på de aspekterna liknar det konstruerade fördelningsdilemman hur ett verkligt dilemma om val av välgörenhet skulle kunna se ut, något som bör visa på viss extern validitet.

Primingmomentet (skrivuppgiften) i studien kan ses som ett tillfälle där vissa deltagare skulle kunna bli känslomässigt påverkade av uppgiften, möjligtvis på ett negativt sätt eftersom de uppmanas minnas ett känslomässigt ögonblick. För att primingen ska fungera är det dock nödvändigt att deltagaren inte förstår syftet med uppgiften och att deltagaren faktiskt börjar känna de känslor som primingen avser att inducera. Författarna av studien har gjort avvägningen att denna potentiella påfrestning är nödvändig för att kunna undersöka studiens

syfte. Då författarna av studien var på plats och gav debriefing efteråt kunde deltagarna ta upp om något känts obehagligt, och de var medvetna om att de kunde avbryta sin medverkan när som helst.

Syftet med studien var att få en större förståelse för de psykologiska aspekter som påverkar människor när de ställs inför hjälpdilemman, något som författarna av studien anser har uppnåtts. Även om resultatet från denna studie inte helt stämmer överens med tidigare forskning på ämnet har studien ändå väckt nya intressanta aspekter som kan undersökas vidare i fortsatta studier.

Exempelvis hade studien kunnat utvecklas på ett sätt som möjliggjort undersökandet av *hur* defaulteffekten kan påverka människors val mellan välgörenhetsändamål. Det här hade kunnat uppnås genom att ha ytterligare en version av enkäten där default var det långsiktiga alternativet istället, alternativt en version där default inte användes alls. På det sättet hade default kunnat tas med som en variabel och effekterna av dess placering/närvaro hade kunnat analyseras.

Även identifierbarhetseffekten och psykologisk reaktans hade kunnat undersökas djupare. Kan en överdrivet personlig beskrivning av välgörenhetsfall leda till att deltagaren känner sig *för* uppmanad att välja det alternativet, och därför väljer det motsatta pga. reaktans? Reaktans kan potentiellt vara svårundersökt om det sker helt omedvetet, men med uppföljande frågor till deltagarna om varför de valde som gjorde hade deltagarna möjligtvis uppgett anledningar som tytt på att reaktans.

Praktisk relevans

Resultaten av studien skulle kunna vara av intresse för bl.a. välgörenhetsorganisationer i marknadsföringssyfte. I nuläget använder sig många organisationer och insamlingar av identifierbarhetseffekten och lägger vikt på den personliga aspekten av sina projekt. Med bakgrund av resultatet från denna studie (samt Wiss med kollegors studie; 2015) bör åtminstone de organisationer som riktar sig till svenska givare se över huruvida detta verkligen är den effektivaste metoden. Om man kan bidra till en djupare förståelse av varför människor väljer att hjälpa människor i vissa situationer möjliggörs också hur organisationer i det långa loppet bör formulera sina hjälpsituationer, sin reklam och sitt budskap för att sträva mot en mer human hjälpkultur. Samtidigt kan den här förståelsen vara av värde för enskilda individer som vill bli mer medvetna om sitt eget hjälpbeteende.

Slutord

Resultaten från studien som stämmer överens med övrig internationell forskning förstärker uppfattningen om att sinnestillstånd påverkar beslutstagande i hjälpdilemman. Men i denna studie visade sig effekten endast när ett oidentifierat offer i ett kortsiktigt projekt ställs mot ett långsiktigt projekt i en joint evaluation. De resultat som inte helt stämmer överens med tidigare forskning kring identifierbarhetseffekten väcker intressanta frågor om hur psykologisk reaktans kan tänkas påverka resonemang kring hjälpdilemman.

Att försöka maximera förutsättningarna för rationellt hjälpande är, minst sagt, en komplex process. Men psykologisk forskning kan bidra till att förstå enskilda processer i en hjälpsituation, samtidigt som det kan uppmuntra till eftertanke. Om dessa psykologiska aspekter uppmärksammas är det kanske lättare att bli medveten om dem, något som kan vara önskvärt för såväl organisationer som enskilda individer. Genom ett medvetandegörande kan man potentiellt också förändra sitt beteende och effektivt hjälpa i större utsträckning.

Referenser

- Adolfson, V. & Andersson, M. (2015). *Isabellas insamling till sin cancersjuka mamma: "Man känner sig maktlös"*. Hämtad 14 december, 2015, från <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article21115312.ab>
- Anderson, C. J. (2003). The Psychology of Doing Nothing: Forms of Decision Avoidance Result From Reason and Emotion. *Psychological Bulletin*, *129*(1), 139.
- Barncancerfonden. (n.d.) *Forskning*. Hämtad 14 december, 2015, från <http://www.barncancerfonden.se/forskning/>
- Barrett, L. F., Tugade, M. M., & Engle, R. W. (2004). Individual Differences in Working Memory Capacity and Dual-Process Theories of the Mind. *Psychological Bulletin*, *130*(4), 553-573. doi:10.1037/0033-2909.130.4.553
- Brehm, J. W., & Brehm, S. S. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. San Diego, CA: Academic Press.
- Clifford, S., Iyengar, V., Cabeza, R., & Sinnott-Armstrong, W. (2015). Moral foundations vignettes: a standardized stimulus database of scenarios based on moral foundations theory. *Behavior research methods*, 1-21. doi: 10.3758/s13428-014-0551-2
- Dhingra, N., Gorn, Z., Kener, A., & Dana, J. (2012). The default pull: An experimental demonstration of subtle default effects on preferences. *Judgment And Decision Making*, *7*(1), 69-76.
- Dickert, S., Sagara, N., & Slovic, P. (2011). Affective motivations to help others: A two stage model of donation decisions. *Journal of Behavioral Decision Making*, *24*(4), 361–376. doi:10.1002/bdm.697
- Evans, J. T. (2008). Dual-Processing Accounts of Reasoning, Judgment, and Social Cognition. *Annual Review Of Psychology*, *59*(1), 255-278. doi:10.1146/annurev.psych.59.103006.093629
- Everett, J. A., Caviola, L., Kahane, G., Savulescu, J., & Faber, N. S. (2015). Doing good by doing nothing? The role of social norms in explaining default effects in altruistic contexts. *European Journal of Social Psychology*, *45*(2), 230-241.
- Henrich, J., Heine, S., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world?. *Behavioral And Brain Sciences*, *33*(2-3), 61-83.
- Hsee, C., & Rottenstreich, Y. (2004). Music, Pandas, and Muggers: On the Affective Psychology of Value. *Journal Of Experimental Psychology: General*, *133*(1), 23-30. doi:10.1037/0096-3445.133.1.23

- Huber, M., Van Boven, L., McGraw, A. P., & Johnson-Graham, L. (2011). Whom to help? Immediacy bias in judgments and decisions about humanitarian aid. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 115283-293.
- Greene, J. D., Morelli, S. A., Lowenberg, K., Nystrom, L. E., & Cohen, J. D. (2008). Cognitive Load Selectively Interferes with Utilitarian Moral Judgment. *Cognition*, 107(3), 1144-1154.
- Ivan, Cristina-Elena (2014). *Emotion vs. deliberation in helping: a two-step model of donating decisions* (Masteravhandling). Lunds universitet, Institutionen för psykologi.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York : Farrar, Straus and Giroux; London: Allen Lane, 2011.
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005). The singularity effect of identified victims in separate and joint evaluations. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 97106-116. doi:10.1016/j.obhdp.2005.02.003
- Li, M., Vietri, J., Galvani, A., & Chapman, G. (n.d). How Do People Value Life?. *Psychological Science*, 21(2), 163-167.
- Loewenstein, G., & Small, D. A. (2007). The Scarecrow and the Tin Man: The vicissitudes of human sympathy and caring. *Review Of General Psychology*, 11(2), 112-126. doi:10.1037/1089-2680.11.2.112
- Mill, J. S. (2002). *On liberty*. Mineola, NY : Dover Publications, c2002.
- Min Stora Dag (n.d.) *Om oss*. Hämtad 23 december, 2015, från <http://www.minstoradag.org/om-oss/>
- Paxton, J. M., & Greene, J. D. (2010). Moral Reasoning: Hints and Allegations. *Topics In Cognitive Science*, 2(3), 511-527. doi:10.1111/j.1756-8765.2010.01096.x
- Pizarro, D. A., Uhlmann, E., & Bloom, P. (2003). Causal deviance and the attribution of moral responsibility. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 39653-660. doi:10.1016/S0022-1031(03)00041-6
- Sassenberg, K., & Moskowitz, G. B. (2005). Don't stereotype, think different! Overcoming automatic stereotype activation by mindset priming. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 41506-514. doi:10.1016/j.jesp.2004.10.002
- Singer, P. (1972). Famine, Affluence, and Morality. *Philosophy & Public Affairs*, (3). 229.
- Singer, P. f. (2009). *The life you can save : acting now to end world poverty*. New York : Random House, cop. 2009.

- Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 102, 143-153.
doi:10.1016/j.obhdp.2006.01.005
- Small, D. A., & Loewenstein, G. (2003). Helping the victim or helping a victim: Altruism and identifiability. *Journal of Risk and Uncertainty*, 26(1), 5–16.
- Thompson-Schill, S. L., & Kan, I. P. (2001). Perceptual and conceptual sources of priming on a word generation task. *Memory & Cognition*, 29(5), 698.
- Världsinfektionsfonden (n.d.) *Vad är VIF?*. Hämtad 23 december, 2015, från <http://www.vif.se/vad-ar-vif/>
- Wiss, J., Andersson, D., Slovic, P., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2015). The influence of identifiability and singularity in moral decision making. *Judgment & Decision Making*, 10(5), 492-502.

Appendix A – Försättsblad (lika för alla deltagare)

Undersökning om handstilar

I denna studie så undersöker vi kopplingen mellan handstil, sinnesstämning och världsbild. I början av undersökningen kommer du att få skriva ett textstycke för hand och i slutet av undersökningen kommer du få bedöma din egen sinnesstämning och svara på frågor som mäter din världsbild.

När du skriver för hand så ska du skriva så avslappnat du kan och inte försöka förstå din handstil. Efter handskrivningen kommer du att få göra en orelaterad uppgift under några minuter. Denna uppgift är inkluderad för att få en liten paus mellan handskrivningsmomentet och världsbildsmomentet. Det är viktigt att du läser sidorna i den ordning de kommer i formuläret. All information kommer att förbli anonym och du kan avbryta studien när som helst.

Som tack för din medverkan så skänker vi och våra sponsorer 10kr till välgörenhet (kvitto kan uppvisas). På så bidrar du med din medverkan inte bara till forskningen om handstilar utan även till att göra världen lite bättre.

Kryssa i rutan om du läst och förstått instruktionerna

Tack för ditt deltagande!



Appendix B - Handstilsuppgift: Emotionell priming

Din handstil

Tidigare forskning har visat att de personliga egenskaperna framkommer tydligast i handstilen när den som skriver är känslomässigt berörd och upplever starka emotioner riktade mot någon annan. *Vi vill därför att du tänker på en känslös situation i ditt liv då du kände stark medkänsla för någon annan människa. Beskriv situationen och försök sätta ord på de känslor du upplevde. Skriv cirka 20-50 ord.*

Appendix C - Handstilsuppgift: Kalkylerande priming

Din handstil

Tidigare forskning har visat att de personliga egenskaperna framkommer tydligast i handstilen när den som skriver tänker rationellt och logiskt. Vi vill därför att du med egna ord beskriver hur du kommer fram till svaret på följande fråga: *En restaurangnota består av följande: 122,00 kr för förrätt, 254,50 kr för huvudrätt och 73,50 kr för efterrätt, plus 15 % moms. Hur stor blir den totala notan?* Skriv cirka 20-50 ord.

Appendix E – Information (Lika för alla)

Nu är handstilsmomentet av undersökningen färdigt. Innan du går vidare så vill vi att du stannar upp på detta uppslag och gör uppgiften på andra sidan. Detta är för att du ska få en paus mellan handstilsmomentet och momentet på nästa uppslag.

Appendix F - Fördelningsuppgift: Oidentifierat offer

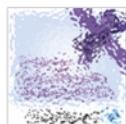
Som tack för din medverkan kommer våra sponsorer att skänka 10kr till förmån för cancersjuka barn. Nedan presenteras två hjälpprojekt från två olika välgörenhetsorganisationer. Läs båda projekten noga.

Projekt A

(Utlandsresa till ett sjukt barn)

Varje år drabbas barn av den elakartade cancersorten Neuroblastom. Många av dessa barn behandlas men får återfall, och då sätter man in så kallade återfallsbehandlingar. Efter en återfallsbehandling så finns det inget att göra än att hoppas och be för ett mirakel för att barnet ska bli friskt.

Denna insamling syftar till att ge ett sjukt barn och barnets föräldrar möjlighet att åka på en liten semester och bara ta hand om varandra i en vecka efter återfallsbehandlingen. Många barn har aldrig varit utomlands och många föräldrar upplever att en resa gör att deras barn tänker på annat än sjukdomen.



Projekt B

(Forskning)

Barncancerfonden är idag den enskilt största finansiären av barncancerforskning i Sverige. Vår främsta uppgift är att finansiera forskning och utbildning inom barncancerområdet.

Med ditt stöd kan vi fortsätta den långsiktiga forskningen och komma närmare vårt mål som är att utrota barncancer inom 40år.



Nedan ska du välja till vilket projekt du vill donera 10kr. Projekt A är redan förkryssat. Om du vill donera 10kr till Projekt A så fyller du i det redan ifyllda krysset. Om du istället föredrar att donera till Projekt B så suddar du ut det ifyllda krysset noga och kryssar för den andra rutan istället.

Markera vilket projekt du vill stödja:



Projekt A
(Utlandsresa till ett sjukt barn)



Projekt B
(Forskning)

Appendix G - Fördelningsuppgift: Identifierat offer

Som tack för din medverkan kommer våra sponsorer att skänka 10kr till förmån för cancersjuka barn. Nedan presenteras två hjälpprojekt från två olika välgörenhetsorganisationer. Läs båda projekten noga.

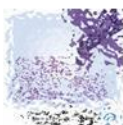
Projekt A

(Utlandsresa till sjuka Julia)



I mars 2013, drabbades Julia av den elakartade cancersorten Neuroblastom. Hon fick behandling och tycktes vara på bättringsvägen. För en dryg månad sedan fick Julia återfall och en återfallsbehandling gjordes. Nu finns det inget mer att göra än att bara hoppas och be för ett mirakel att Julia ska bli frisk.

Denna insamling syftar till att ge Julia och hennes föräldrar möjlighet att kunna åka på en liten semester och bara ta hand om varandra i en vecka. Julia har aldrig varit utomlands och hennes föräldrar tror att en resa skulle få henne att tänka på annat än sjukdomen.



Projekt B

(Forskning)

Barncancerfonden är idag den enskilt största finansiären av barncancerforskning i Sverige. Vår främsta uppgift är att finansiera forskning och utbildning inom barncancerområdet.

Med ditt stöd kan vi fortsätta den långsiktiga forskningen och komma närmare vårt mål som är att utrota barncancer inom 40år.



Nedan ska du välja till vilket projekt du vill donera 10kr. Projekt A är redan förkryssat. Om du vill donera 10kr till Projekt A så fyller du i det redan ifyllda krysset. Om du istället föredrar att donera till Projekt B så suddar du ut det ifyllda krysset noga och kryssar för den andra rutan istället.

Markera vilket projekt du vill stödja:



Projekt A

(Utlandsresa till sjuka Julia)



Projekt B

(Forskning)

Appendix H – Personlighetstest (lika för alla)

Nu är pausmomentet färdigt. I denna sista del ska du svara dels på frågor som rör dina känslor när du gjorde handstilsmomentet och dels på frågor om vilken slags världsbild du har.

1. Svara på i vilken grad du kände följande känslor när du skrev texten för hand. Svara genom att ringa in den siffra som stämmer bäst in på dig.

	<i>Inte alls</i>							<i>Extremt mycket</i>
Uttråkad	1	2	3	4	5	6	7	
Känslösam	1	2	3	4	5	6	7	
Analytisk	1	2	3	4	5	6	7	
Glad	1	2	3	4	5	6	7	
Nostalgisk	1	2	3	4	5	6	7	
Beräknande	1	2	3	4	5	6	7	
Irriterad	1	2	3	4	5	6	7	

2. Nedan följer beskrivningar av hypotetiska personer som utför olika typer av moraliska överträdelser. Din uppgift är att markera hur fel du tycker de olika överträdelserna är. Du svarar genom att ringa in den siffra som bäst representerar ditt svar.

En tonårspojke skrottar åt en person som amputerat båda sina armar så att personen märker det och blir ledsen.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

Två personer har i smyg sex på toaletten under middagen efter en begravningsceremoni.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

En man jublar när hans bror förlorar mot en kinesisk motståndare i en viktig simtävling.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

En kille lyckas tränga sig in långt fram i en kö för att kunna köpa populära konsertbiljetter utan att någon märker det.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

En anställd går medvetet och provokativt emot företagets policy om lämplig klädsel och frisyr på arbetsplatsen.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

En man sårar en kvinna som gått igenom strålbehandling och tappat håret genom att öppet säga att hon ser hemsk ut.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

En man beställer en uppblåsbar sexdocka som ser ut som en känd popstjärna utan att någon annan får reda på det

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Inte alls fel Extremt fel

