



Handelshøyskolen BI - campus Bergen

BTH 36301

Bacheloroppgave i markedsføring

Bacheloroppgave

Prososial motivasjon og kama muta

Navn: Mathilde Fagertun Melkevik, Sanne
Ødegård Gjernes, Miriam Olaussen

Utlevering: 06.01.2020 09.00

Innlevering: 03.06.2020 12.00

Sammendrag

I dette studiet har vi sett nærmere på om følelsen av å bli oppløftet og rørt kan påvirke mennesker til å gjøre noe godt for andre, på eget initiativ. Slik atferd er drevet av prososial motivasjon. Utgangspunktet for oppgaven var å se om intensjon om prososialitet og faktisk atferd har en sammenheng. Følelsene vi bruker i vårt eksperiment er en del av kama muta-modellen, som inkluderer en bredere forståelse av positive følelser.

Vi har benyttet oss av både kvalitativ og kvantitativ metode, utformet i en spørreundersøkelse og et laboratorieeksperiment, for å observere og samle inn data. Deltakerne ble tilfeldig delt inn i en eksperiment- eller kontrollgruppe. Alle deltakerne skulle gjennom tre faser av studiet. Hensikten i første fase var å manipulere deltakerne med en rørende- eller atletisk video. I fase to ble eksperimentet gjennomført. Her observerte vi deres prososiale atferd. I fase tre rapporterte deltakerne opplevde følelser og reaksjoner, uavhengig av hvilken gruppe de tilhørte. Slik fikk vi innsikt i hvorvidt det er en sammenheng mellom å ønske å hjelpe andre, og å faktisk gjøre det.

Vi har utarbeidet seks hypoteser som skal støtte og svare på problemstillingen: *kan opplevelsen av å bli oppløftet og rørt påvirke prososial atferd?* De fire første hypotesene inkluderer kama muta følelser. Femte hypotese kartlegger deltakernes intensjon om å handle prososialt, som sammenlignes med siste hypotese, som måler deres faktiske atferd.

Eksperimentgruppen rapporterte høyere grad av opplevd kama muta enn kontrollgruppen, og støtter derfor at manipulasjon av stimuli har en positiv effekt. Vi har funnet ut at kama muta vekker intensjoner om å ville andre godt, derimot var det ingen signifikant forskjell mellom gruppenes prososiale motivasjon. Faktisk atferd var dermed uavhengig av manipulert stimuli. I henhold til problemstillingen konkluderer vi med at opplevelsen av å bli oppløftet og rørt kan fremme prososial motivasjon, men ikke nødvendigvis forårsake prososial atferd.

Forord

Det har vært en glede å bli introdusert til kama muta universet, og vi er takknemlig for å ha fått denne muligheten. Å skrive denne bacheloroppgaven har både vært inspirerende og krevende. Vi har tilnærmet oss både praktisk og teoretisk forståelse, ettersom vi fikk muligheten til å utføre et fysisk eksperiment. Det er likevel verdt å nevne at omstendighetene rundt koronasituasjonen, som brøt ut i midten av semesteret, har skapt noen begrensninger. På en annen side har utfordringene ført til både latter, glede og frustrasjon over de digitale plattformene Skype og Zoom.

Vi ønsker sterkt å takke Mads Nordmo Arnestad, som har utarbeidet dette spennende forskningsdesignet til oss. Du har vært en fabelaktig veileder, som virkelig har inspirert og motivert oss med din kompetanse. Du har alltid vært tilstede, spesielt dagene under eksperimentet. Ved å glede, rose, og gi konstruktiv kritikk har vi klart å holde motivasjonen oppe, takket være deg.

Vi må også selvfølgelig takke alle statistene som stilte opp og brukte flere timer av sin fritid for å hjelpe oss. Samme gjelder alle 150 studentene som viste interesse og tok seg tid til delta i eksperimentet. Det er takket være deres samarbeid, at dette har vært mulig å utføre.

Sist men ikke minst vil vi takke kollokvien vår, som har støttet oss gjennom alle oppturer og nedturer. Uten dere ville ikke disse årene vært så fantastiske som de har vært. Vi markerer denne bacheloroppgaven som en fin avslutning på tre år ved Handelshøyskolen BI Bergen.

God lesing!

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	i
Forord	ii
1.0 Hypoteser	4
2.0 Teori	7
2.1 Følelser som kan fremkalle prososial motivasjon	7
2.2 Frivillig arbeid, solidaritet og empati	12
2.3 Prososial motivasjon i bedriftssammenheng	13
3.0 Metode	15
3.1 Eksperiment design	15
3.1.1 Fase én	16
3.1.2 Fase to	16
3.1.3 Fase tre	17
3.2 Rekruttering og utvalg	18
3.3 Utfallsmål	19
3.4 Cronbach's Alpha	19
3.4.1 Reliabilitet og validitet	21
4.0 Resultater	21
4.1 Deskriptive data	21
4.2 Utfallsvariabler	22
4.3 Sammenheng mellom variablene	23
4.4 Test av mellomgruppeforskjeller	24
4.4.1 Fysiologiske tegn på kama muta	24
4.4.2 Observert kama muta	25
4.4.3 Atferdsintensjoner	25
4.4.4 Emosjonell kama muta	26
4.4.5 Prososial motivasjon	26
4.4.6 Faktisk atferd av prososial motivasjon	27
5.0 Diskusjon	28
5.1 Hovedfunn	28
5.2 Teoretiske implikasjoner	30
5.3 Praktiske implikasjoner	31
5.4 Begrensninger og anbefaling til videre forskning	32
6.0 Konklusjon	35
7.0 Referanseliste	36

Se for deg at du blir eksponert for en rørende video. Du ser er en helt alminnelig mann, han virkelig litt ensom, men han oppnår genuin lykke av å glede totalt ukjente. Disse små «ubetydelige» gjerningene gjør ham verken rikere eller gir ham status, men påvirker hverdagen betydelig for de det gjelder. Det er disse enkle gjerningene som gjør verden til et vakrere sted. I løpet av videoen får du gåsehud, du smiler og føler en varme i brystet, kanskje du til og med feller en tåre - nettopp fordi det du ser er så rørende og fint. Ved å være vitne til en så ren godhet, vil det være enkelt å tenke at du ville gjort noe godt for en annen, men spørsmålet er om du faktisk hadde gjort det?

Prososial motivasjon er et spennende og viktig tema for å forstå hva som motiverer oss til å utføre en handling som er av verdi for andre. Psykologer og sosiologer beskriver at menneskers atferd er påvirket av et ønske om å opprettholde samsvar mellom handlinger og følelser, langsiktige mål, og for å opprettholde en identitet (Weiner, Batson, & Powell, 2003; Kahneman, & Knetsch, 1992; Fantasia, 2000). Adam Grant (2008) definerer prososial motivasjon som et behov for å gagne andre, som handler om å rette sin oppmerksomhet mot andres perspektiver (Grant, 2007). Prososial motivasjon har som mål å beskytte og fremme andre menneskers velferd, noe som vanligvis oppstår i kontakt med noen som trenger hjelp (Batson, Fultz & Schoenrade 1987; Grant, 2007).

Allerede i 1975 mente Campbell at vi hjelper andre fordi det er et press fra kulturelle normer og at det er vår plikt som medmenneske (Bierhoff, Klein, & Kramp, 1991). I senere tid har forskere sagt at vi hjelper andre enten for gledens skyld, eller fordi vi føler oss pliktig (Gebauer, Riketta, Broemer, & Maio, 2007), men vi vil i større grad hjelpe de som synlig trenger det, i frykt for å ikke motta gjensidig hjelp (Gaesser, & Schacter, 2014).

Det hevdes at prososial motivasjon mest sannsynlig er drevet av en indre motivasjon (Grant, 2008). Indre motivasjon har fokus på at handlingen skal gi glede og verdi for en selv. De streber etter å føle seg bra og styrke sitt ego (Deal, Stawiski, Graves, Gentry, Weber, & Ruderman, 2013), og går derfor ikke inn for noe uten at det på kort sikt skal gi et personlig utbytte (Aquino, &

Reed, 2002). Indre motivasjon inngår også ønsket om å bli sett på som et godt menneske. Er man drevet av omdømme, vil man være opptatt av omgivelsenes oppfattelse av en selv (Dekker, & van den Broek, 2006).

Prososial motivasjon derimot vil fremme det sosiale aspektet av det vi gjør, ved å vise medfølelse for andres velvære (Batson, 1998; Grant, 2007). Vi utfører disse handlingene fordi vi ønsker å beskytte og ta vare på de rundt oss (Grant, 2002). Personlighetstrekk som tilbøyelig, empatisk, behjelpelig (Penner, Dovidio, Piliavin, & Schroeder, 2005) og å bli bekymret på andres vegne (De Dreu, 2006), har mange av de samme trekkene som er assosiert med prososial motivasjon. Er vi motivert av prososialitet, kan det henge sammen med at vi er empatiske og vil hjelpe andre fordi vi ønsker de godt.

På bakgrunn av slik teori, forstår vi viktigheten av prososial motivasjon i sosiale settinger i hverdagen. Dickert, Sagara, & Slovic (2011) hevder riktignok at emosjonelle reaksjoner er et viktig utgangspunkt for å få motivasjon til å hjelpe andre. Det samme gjelder empatiske reaksjoner, som sympati (Dickert, & Slovic, 2009). Derimot finnes det mindre bevis for hva som faktisk fremkaller slike emosjonelle opplevelser (Seibt, Schubert, Zickfeld, Zhu, Arriaga, Simão & Fiske, 2018). Dette begrunner viktigheten av vår studie, ettersom koblingen mellom prososial atferd og emosjonelle opplevelser er lite undersøkt.

Spørsmålet er om følelser og emosjonelle reaksjoner kan vekke prososial motivasjon - og om emosjonelt aktiverende innhold kan øke menneskers intensjon om å hjelpe andre. I så fall kan det brukes som en intervensjon på ulike måter ved hjelpeatferd og vilje til å yte i samfunnet og i bedriftssammenheng. På bakgrunn av dette har vi utarbeidet problemstillingen:

Kan opplevelsen av å bli oppløftet og rørt påvirke prososial atferd?

Som regel har positive følelser tilknytning til sosiale relasjoner (Fredrickson, 2013), men vi må først kartlegge følelsene som kan inkluderes i det å være oppløftet og rørt, for å finne ut hva som fremkaller dem.

Over en lengre periode har forskere snakket om ulike begreper som inkluderer mer eller mindre den samme emosjonelle tilstanden, ved å observere ulike kjennetegn. Disse observasjonene er «being moved» (Cova, & Deonna, 2014), sentimentalitet (Frijda, 2007), «elevation» (Haidt, 2000), «kama muta» (Fiske, Schubert, & Seibt, 2016) og frysninger eller spenning (Konečni, Wanic, & Brown, 2007). Disse begrepene har også vist seg å inkludere økt prososial motivasjon og atferd, samtidig som det kan styrke relasjoner (Schnall, & Roper, 2012; Thomson, & Siegel, 2013; Zickfeld, 2015).

Fiske og kollegaene (2016) ønsket å danne en allmenn betegnelse som skulle være felles for de nevnte følelsene («being moved», sentimentalitet, «elevation», frysninger og spenning). Slik kan man uavhengig av språk og kultur, bruke det samme begrepet for den ene og samme opplevelsen. De definerte denne opplevelsen som «kama muta» (Sanskrit for «moved by love»). Den prototypiske situasjonen som kommer av kama muta på norsk er «bli rørt» eller «bli beveget», og på engelsk «being moved».

Kama muta defineres som en «intensivering av felles deling», og den samme beskrivelsen ble rapportert som «nærhet» allerede i 1992 (Aron, Aron og Smollan). Følelsene med mer eller mindre lik betydning inkluderer også følelser som ikke er en del av kama muta opplevelsen, da de følelsene blir brukt i andre settinger og kan oppleves enkeltvis. Dermed ble det naturlig å finne et nytt og allment begrep. Selv mener Fiske og kollegaene (2016) at kama muta har blitt observert i lang tid, uten å ha fått en presis betegnelse.

Å bli oppløftet og rørt er en del av hva Fiske, Schubert og Seibt definerer som kama muta. Beskrivelsene inkluderer de positive følelsene vi opplever av eller med andre (Fiske et al, 2016). Typiske kama muta-responser kan være varme i brystet, fuktige eller tårevåte øyne, gåsehud eller frysninger, klump i halsen eller problemer med å snakke, fysisk bevegelse ved å eksempelvis legge hånden til brystet, dype åndedrag og ytring av for ord som for eksempel «aww» (Fiske et al, 2016; Buckley, 2016).

Det har blitt forsket på at kama muta kan utløse prososial motivasjon, da det hevdes at følelsen er en prososial opplevelse, forutsatt at følelsen er intens nok (Fiske, Seibt, & Schubert, 2019). Kama muta er det mest nærliggende og best beskrivende ordet for den følelsen og opplevelsen som vi ønsker å fremkalle i vår studie. Når deltakerne forhåpentligvis opplever kama muta, skal vi gjennom et eksperiment undersøke om opplevelsen av kama muta påvirker prososial atferd.

1.0 Hypoteser

For å utforme hypotesene, har vi brukt tidligere forskning basert på følelser i sammenheng med prososial motivasjon som utgangspunkt. Det er flere følelser som spiller en rolle for prososial motivasjon (Fessler et al, 2010), hvor følelsen av å bli oppløftet er en av dem (Haidt, 2000). Hovedsakelig er vi inspirert av Sparks, Fessler og Holbrook (2019) sin studie, som målte om følelsen «elevation» kan påvirke prososial atferd. Da «elevation» ikke har en felles betydning for alle språk, vil «oppløftet på en rørende måte» være den mest nærliggende betegnelsen. Andre lignende beskrivelser hevdes å være inspirert, beveget og ærefrykt (Sparks et al, 2019).

Sparks og kollegaene (2019) utførte to ulike varianter i sin studie; et felteksperiment og et nettstudie. I felteksperimentet ble deltakerne rekruttert på offentlige plasser, med en umiddelbar deltakelse, mens deltakerne i nettstudiet ble rekruttert via internett. Deltakerne ble tilfeldig presentert en video; en rørende eller en atletisk. Forventningen var at de som så den rørende videoen skulle fremkalle en prososial motivasjon. *Unsung Hero* blir brukt for å fremkalle en sterk emosjonell reaksjon, og blir på bakgrunn av dette brukt i tilsvarende forskning og eksperimenter (Sparks et al, 2019).

Haidt (2000) definerte følelsen som fremkaller det å bli oppløftet som «vitne til moralsk skjønnhet». Det vil si å være vitne til andres moralske og prisverdige handlinger. I forskningen til Sparks og kollegaene (2019) nevnes det blant annet at det var en eksperimentell kontrast mellom de emosjonelle og atferdsmessige effektene hos kandidatene, ut i fra hvilken video de ble presentert. Det er forsket på at filmer kan vekke følelsen av å bli beveget, hvor forholdet mellom tristhet og estetisk glede blir formidlet (Menninghaus,

Jacobsen, Hanich, Wagner, & Shah, 2014). Det er den følelsen du sitter igjen med til slutt, som gjør den positive oppløftningen mer intens (deWied et al, 1995).

Vi ønsket å fremkalle de ulike følelsene og effektene av å bli oppløftet og rørt hos deltakerne i vår studie, og har derfor valgt å bruke de samme videoene. Flere forskere innen samme felt har brukt kontrasten mellom prososiale stimuli med atletisk/kunstnerisk stimuli, som har gitt positive kontrollbetingelser (Aquino, McFerran & Laven, 2011). Den atletiske videoen er valgt av hensikt for å underholde, og ikke for å utløse noe særlig preg av prososial motivasjon. I stedet for hjelpsomme og moralske handlinger som i *Unsung Hero* (2014), utfører hovedpersonen i kontrastvideoen parkour i et urbant miljø.

Sparks og kollegaene (2019) startet felteksperimentet med å gi deltakerne en betaling i form av penger for å delta. Deretter brukte de en ekte beslutning om å donere noe eller alt av beløpet til et barnesykehus, slik observerte de deltakernes prososiale motivasjon. Deltakerne som ikke donerte noe av sin betaling, kan hevdes å være styrt av en ytre motivasjon, da de deltok i eksperimentet for pengenes skyld (Sparks et al, 2019). Ytre motivasjon dreier seg hovedsakelig om at man gjør noe fordi man får en form for synlig belønning, av sosial eller materiell art (Ryan & Deci, 2002). Vi ønsker ikke å knytte forskningen vår opp mot ytre motivasjon, da prososial motivasjon hevdes å være mer nærliggende en indre motivasjon (Grant, 2008).

Det er verdt å nevne at å krysse av på et skjema om å ville donere penger til et veldedig formål, ikke viser en direkte prososial atferd. Det er mer et prososialt valg, da deltakerne blir presentert for å handle prososialt med et ja/nei spørsmål. Spesielt da pengene ikke var noe deltakerne i utgangspunktet hadde. Å få deltakerne til å handle prososialt i en ekte setting på eget initiativ, vil vise deltakernes faktiske underliggende prososiale motivasjon.

Resultatet til Sparks og kollegaene (2019) viser en eksperimentell sammenheng mellom *Unsung Hero* (2014) og prososial motivasjon, og at oppløftning kan fremkalle og formidle prososiale handlinger. Resultatene viste også at de som

opplevde en prososial tilstand, ønsket i større grad å donere penger til veldedighet. Vi benyttet oss derimot i vårt tilfelle av et laboratorieeksperiment. Deltakerne mottok ingen form for betaling for å delta, da vi heller ville måle deltakernes prososiale motivasjon gjennom faktisk atferd i en reell situasjon.

En annen studie som har inspirert oss, og da spesielt selve forskningsdesignet, er Lim, Condon og DeSteno sitt eksperiment fra 2015. De benyttet seg av en økologisk gyldig situasjon som utsatte deltakerne for en person i synlige smerter (Condon, Desbordes, Miller, & DeSteno, 2013). De forsket på utvalgets «mindfulness» og medlidenhet, hvor deltakerne var en del av et opplæringskurs som gikk over tre uker, før de ble innkalt til å fullføre en test om kurset de nylig hadde vært gjennom.

Deres måte å observere deltakernes prososiale motivasjon, er nærmest identisk med måten vi har gjort det på. De brukte et venterom som laboratorium, hvor det var satt opp tre stoler. To av stolene var okkuperte, og deltakeren skulle sitte og vente på den gjenværende stolen. Deretter kom det en tredjeperson inn på krykker, med synlige smerter. I henhold til dette vurderte forskerne deltakernes medfølelse basert på om de ble sittende eller reiste seg for å gi bort plassen sin (Lim et al, 2015). Deres resultater viser at eksperimentgruppen ga bort setet sitt i større grad enn kontrollgruppen.

Disse forskningene har vært til stor inspirasjon for vår studie. Vi ønsker at kama muta skal fremkalles hos deltakerne, og resultere i en prososial atferd. Vi forventer sterkere reaksjoner hos deltakerne som ser *Unsung Hero* (2014). På bakgrunn av dette vil vi stille disse hypotesene:

*Hypotese 1: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil rapportere høyere fysiologiske tegn på kama muta.*

*Hypotese 2: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil rapportere mer observert kama muta.*

*Hypotese 3: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil rapportere en sterkere intensjon om å hjelpe andre i fremtiden.*

*Hypotese 4: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil rapportere en sterkere emosjonell kama muta.*

*Hypotese 5: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil rapportere sterkere prososial motivasjon.*

*Hypotese 6: Deltakerne som så *Unsung Hero* vil i større grad reise seg for en person på krykker.*

2.0 Teori

2.1 Følelser som kan fremkalle prososial motivasjon

Vi ønsker med vårt eksperiment å undersøke om ulike positive følelser som å føle seg oppløftet og rørt, kan fremkalle prososial motivasjon. Basert på forskningen til Seibt og kollegaene (2018) beviser de at kama muta kan være en respons på rørende videoklipp. Som tidligere nevnt har Fiske og kollegaene (2019) forsket på nettopp dette, og utarbeidet konstruksjonen for kama muta. Dette er på bakgrunn av at kama muta-følelsen anses å være en prososial opplevelse, forutsatt at følelsen er intens nok (Fiske et al, 2019).

Ettersom det argumenteres for at kama muta følelsen er universell, ønsket Seibt og kollegaene (2018) å se nærmere på påstanden, ved å ta prøver fra ulike kulturer i forskjellige deler av verden. Kama muta er generert av en plutselig intensivering av felles deling, nettopp av den grunn at den underliggende sosiale-relasjonelle dynamikken er mulig å oppleve for alle. Kulturer skiller seg både i emosjonell uttrykksevne og andre faktorer som er knyttet til individualisme, kollektivismen, likestilling og historisk heterogenitet (Matsumoto, Yoo, & Fontaine, 2008).

Seibt og kollegaene (2018) testet modellen i USA, Norge, Kina, Israel og Portugal. Eksperimentet gikk ut på at deltakerne skulle se på korte

hjertevarmende videoklipp, med nærmest identisk prosedyre, stimuli og materialer. Deretter skulle de svare på spørsmål knyttet til moral, nærhet, inkludering, hindringer og menneskelighet (Seibt, Schubert, Zickfeld & Fiske, 2017). Det var forventet lignende emosjonelle reaksjoner, sensasjoner, og utfall på tvers av landene.

Vi synes det er verdt å nevne at deltakerne i eksperimentet hadde en ujevn fordeling blant kjønn, med betraktelig færre menn enn kvinner (407 var kvinner og 178 var menn). Dette er noe vi ville gjøre annerledes, basert på antakelsen av at kvinner har lettere for å uttrykke og rapportere følelser. Derfor synes vi det var viktig å ha mest mulig jevn fordeling blant kjønn.

Seibt og kollegaene (2018) oppdaget at kama muta ble opplevd i alle landene, uavhengig av språk og kultur. Det kan derfor se ut til at deltakernes nasjonalitet og identitet betyr lite for å fremkalle opplevelsen (Seibt et al, 2018). Følelsene som ble opplevd, ble også sett på som overveiende positive. Noe som viser at kama muta fremkaller en ganske lik emosjonell respons, som støtter modellen som en universell følelse på tvers av landegrenser (Seibt et al, 2018).

I 2019 gjennomførte mange av de samme forskerne, en lik studie i 19 ulike land, med totalt 3542 deltakere. Deres resultater støtter tidligere funn om kama muta som en distinkt positiv følelse, som fremkalles ved å oppleve eller observere en plutselig intensivering av felles deling. De oppdaget noe variasjon på tvers av kulturer, men det er høy korrelasjon mellom kama muta følelsene uavhengig av land, og validiteten er derfor høy (Zickfeld, Schubert, Seibt, Blomster, Arriaga, ..., & Fiske, 2019).

En annen studie testet også teorien om at kama muta er en intensivering av felles deling. Studiet kunne avsløre at «søte» videoer fremkaller betydelig mer kama muta enn «ikke-søte» videoer. Det taler for at videoklipp som inneholder kombinasjonen av søthet og intensivering av felles deling fremkaller mer kama muta, enn hva kun søte videoer gjør alene (Steinnes, 2017). Dermed er det ikke å legge skjul på at det er mulig å vekke en og samme følelse hos mennesker fra

ulike land verden over, når de opplever øyeblikk fylt med kjærlighet, hengivenhet, solidaritet og nostalgi (Fiske et al, 2017).

Det er også viktig å huske på at det er forskjell på fiktive stimuli og en reell hendelse. Da hensikten med rørende videoklipp er å fremkalle kama muta, som potensielt skal føre til at deltakere føler seg fylt med følelsen av at de har lyst til å hjelpe andre i fremtiden (Seibt et al, 2018). Dette betyr nødvendigvis ikke at de faktisk kommer til å utføre disse handlingene i en reell situasjon, da det er forskjell på å ha lyst til å gjøre noe og det å faktisk gjøre det. Derfor undersøkte vi i vår studie, om deltakerne faktisk handlet av prososial motivasjon.

Gjennom flere studier, fant Zickfield og kollegaene (2017) ut at empatiske karaktertrekk er assosiert med kama muta. Dette er på bakgrunn av de tre typiske sensasjonene som har vist seg å være en pålitelig indikasjon på kama muta; tårer, frysninger og å føle seg varm i brystet. Batson og kollegaene (1987) forsket også på følelsen av sympati og empatisk bekymring. De kom frem til at å se mennesker i nød, fremkaller en spesiell type nærhet. I en slik situasjon reagerer mennesker med medfølelse og ømhet som motiverer hjelpsom atferd. Det antas likevel at individer er ulike i forhold til hvor sterkt de viser en empatisk bekymring (Davis, 1980).

Når mennesker føler seg nær andre, eller er vitne til at andre plutselig føler seg nærmere hverandre, kan det fremkalle denne følelsen som er stemplet som «being moved» (Zickfield et al, 2017). Det hevdes at «being moved» er en positiv følelse (Cova et al, 2014), som oppstår når mennesker opplever følelsen av en felles enhet, tilhørighet eller forening. Derfor kan «being moved» oppstå av betydningsfulle hendelser som skjer mellom relasjoner til andre (Wassiliwizky, Wagner, Jacobsen, & Menninghaus, 2015).

Flere forskere hevder at enkelte følelser kan være både positive og negative på samme tid (Zickfeld, Schubert, Seibt & Fiske, 2018). Bartsch, Kalch & Oliver (2014) beskriver «being moved» som en positiv følelse, men at den delvis kan være preget av negative opplevelser. Eksempelvis kan kama muta oppleves i sammenheng med negative situasjoner som tap av en nær, separasjon eller

lengsel (Fiske, Seibt, & Schubert, 2017). Derfor vil noen også bruke begrepet i sammenheng med for eksempel ærefrykt og tristhet (Zickfeld et al, 2018). Selv om det inngår mange ulike følelser under teorien om kama muta, anses likevel den totale opplevelsen som positiv (Fiske et al, 2019).

Vi mennesker har ulik tilbøyelighet for å oppleve positive følelser, og der er hva vi ønsker å se nærmere på. Hensikten er å se om eksperimentgruppen er tilbøyelig for prososial smitte ved opplevelsen av å bli oppløftet og rørt. Nyere forskning har bevist at emosjonelle reaksjoner er et viktig utgangspunkt for å få motivasjon til å hjelpe andre (Dickert et al, 2011). For vår studie, vil det være nødvendig å sammenligne med flere studier som tar utgangspunkt i ulike drivere til prososial motivasjon som oppløftning, takknemlighet og ærefrykt.

Ærefrykt er ofte brukt som en del av beskrivelsen av å bli oppløftet på en rørt måte (Piff, Dietze, Feinberg, Stanvato, & Keltner, 2015). I 2017 gjennomførte Stellar, Gordon, Piff og flere et eksperiment for å undersøke om ærefrykt og medfølelse kan påvirke menneskers prososialitet. De presenterte at ærefrykt kan forårsake prososial oppførsel. Sparks sitt eksperiment (2019) argumenterer derimot for at ærefrykt ikke direkte er en driver til prososial oppførsel, men at det i enkelte tilfeller kan forekomme. Deres studie konkluderer med at følelsen av å bli oppløftet fremkaller prososial motivasjon, og impliserer at ærefrykt er knyttet til prososialitet. Det forventes ikke at alle opplever ærefrykt, men at det i flere tilfeller vil være en del av følelsen som vekker prososial motivasjon.

Takknemlighet er en oppløftet følelse man opplever når vi erkjenner at noe er meningsfullt (McCullough & Tsang, 2012). Takknemlighet har den funksjonen av å pleie sosiale forhold gjennom oppmuntring til gjensidig prososial atferd mellom mennesker (Algoe, & Haidt, 2009; McCullough et al, 2012). Ettersom takknemlighet er definert som en positiv emosjonell reaksjon, er det også betegnet som en tilstandsform; en emosjonell tilstand for en nåværende hendelse eller tidligere opplevelse (Algoe et al, 2009). Sparks og kollegaene (2019) forklarer at en usedvanlig sjenerøs handling som gagnar en selv, skal kunne initiere både takknemlighet og oppløftning.

I henhold til Bartlett og DeSteno (2006) er det bevist at takknemlighet også spiller en vesentlig rolle for hjelpeatferd, hvor individer som vanligvis opplever takknemlighet har en mer prososial atferd, enn individer som sjeldnere opplever det (McCullough, Emmons, & Tsang, 2002). En annen studie viser også til at mennesker er mer villig til å gjenta hjelpeatferd, om den andre part viser takknemlighet ved å gi gode tilbakemeldinger, ros og gjensidighet (Füller, Mühlbacher, Matzler & Jawecki, 2014). Noen blander takknemlighet med gjensidighetsnormen, som i praksis betyr at man skal behandle andre på en slik måte man ønsker å bli behandlet selv (Pruitt, 1968; Walster, Berscheid, & Walster, 1973; Wilke, & Lanzetta, 1970). Det er viktig å skille disse to begrepene, da takknemlighet ikke er drevet av å få noe tilbake, men mer drevet av en genuin prososial motivasjon.

Aquino, McFerran & Laven utførte i 2011 en studie som viser sammenhengen mellom å bli oppløftet på en rørt måte og prososial atferd. Dette var basert på antakelsen om at mennesker med en sterk moralsk identitet, er mer utsatt for å oppleve en sterkere respons på handlinger av uvanlig godhet. Moralsk identitet er beskrevet som en selvregulerende mekanisme, som motiverer moralske handlinger (Hart, Atkins, & Ford, 1998). Har man en moralsk identitet, er de moralske trekkene en sentral del av personligheten din (Aquino et al, 2002). Begrepet sier at du som person er villig til å sette andres interesser foran dine egne.

Studiet til Aquino og kollegaene (2011) ba respondentene lese om en handling av uvanlig godhet. Resultatene i studiet viste at mennesker med høy moralsk identitet er mer mottakelig for følelsen av å være oppløftet, og har generelt sett et mer positivt syn på menneskeheten og et større ønske om å bli bedre. Det kommer også frem at effekten av oppløftning og selvrapporterte fysiske reaksjoner, forsterker forholdet mellom moralsk identitet og prososial atferd. Dermed kan vi si at moralsk oppløftning motiverer prososiale handlingstendenser, og at personer med en sterk moralsk identitet har en positiv sammenheng med prososial atferd.

Når det er sagt kan ulike typer personlighet i situasjoner også ha betydning for prososial motivasjon og hjelpeatferd. I hvor stor grad vi som mennesker blir påvirket av prososial motivasjon, kan avhenge av for eksempel personlighet, kulturelle normer og oppvekst. I 1996 mente Bales at personlighet hadde alt å si, av den grunn at enkelte personer er mer hjelpsomme og sjenerøse enn andre av natur.

Fem-faktor modellen er utviklet for å studere nettopp disse aspektene ved personlighet, og brukes for å kartlegge forskjellene i menneskelig atferd (Digman, 1990). Den har riktignok også blitt betydelig validert i tidligere forskning (Kosek, 1995). Modellen inneholder ulike personlighetsdimensjoner, som kan forårsake menneskers hjelpeatferd (Graziano, Habashi, Sheese, & Tobin, 2007). «Agreeableness» er en av de fem dimensjonene, som inkluderer et mer optimistisk syn på menneskeheten, de er ofte åpne, altruistiske, føyelige og behagelige (Jensen-Campbell, & Graciano, 2001). Derfor vil det være naturlig å tenke at personlighet med slike karaktertrekk, oftere vil opptre prososialt.

For å se det i en større sammenheng, blir prososial motivasjon også sammenlignet med altruisme og egeninteressen. Bénabou & Tirole (2006) utviklet en teori om at prososial atferd er kombinert av heterogenitet og grådighet, og det faktum at vi mennesker er bekymret for sosialt omdømme - dette er noe vi kan kjenner igjen fra egeninteressen. Altruisme er motivasjon for å øke en annens velferd, det motsatte av egoisme. Likevel mener Weiner og kollegaene (2003) at altruisme ikke alltid henger sammen med prososial motivasjon, da man ikke trenger altruisme for å gjøre en prososial handling eller omvendt. Adam Grant (2012) konstaterer at prososial motivasjon er forskjellig fra altruisme og egeninteressen. Flere forskere er enige da det involverer motstridende ønsker (Bason, 1998; Meglingo, & Korsgaard, 2004; Schartz, & Bardi, 2001), og er empirisk uavhengig av hverandre (De Dreu & Nauta, 2009).

2.2 Frivillig arbeid, solidaritet og empati

Når en katastrofe rammer et helt land, og muligens hele verden, er det naturlig at nasjoner tilbyr bistand til hverandre og aktører bruker egne ressurser til

fordel for samfunnet. Samme gjelder frivillige organisasjoner som hjelper til med å bygge opp igjen sivilsamfunnet og enkeltpersoner som for eksempel donerer penger. Grupper og samfunn er avhengige av at mennesker er villige til å hjelpe andre i nød, og bidra til det som er kollektivt godt for fellesskapet (Jonas, 2012). I følge Lindenberg og kollegaene (2006) kaller psykologene denne responsen for prososial oppførsel, mens sosiologene kaller det for solidaritet. Dette kan knyttes opp mot den største trusselen verden nå står ovenfor; den globale pandemien COVID-19.

De fleste har kjent på solidaritet, empati og samhold under denne uforutsigbare tiden befolkningen står sammen for å bekjempe. Ved sosial distansering hindrer vi smitte og holder hverandre trygge. Typiske eksempler på prososial oppførsel under denne krisen fra både frivillig organisasjoner og enkeltmennesker har vært; matbutikker som tilbyr gratis hjemlevering, Røde Kors som desinfiserer handlekurver med antibac, og privatpersoner som har tilbudt gratis barne- og hundepass, handleturer og annet for de svake og mer utsatte i samfunnet.

Studiet til Sparks og kollegaene (2019) kommer frem til at de som opplever en prososial motivasjon, har et større ønske om å utføre gode handlinger. Frivillig arbeid henger derfor i tråd med prososial motivasjon, ettersom man utfører handlinger til fordel for andre enn seg selv (Wilson, 2000). Kama muta kan også fremkalle de adaptive motivene for å vie og forplikte seg til samfunnsansvar, som er grunnleggende for det sosiale livet (Fiske et al, 2017). Et funn som likevel er verdt å nevne innen sosialpsykologien, er menneskers oppfattelse om at de selv viser mer solidaritet og prososialitet, enn hva de faktisk gjør (Fetchenhauer, & Dunning, 2006).

2.3 Prososial motivasjon i bedriftssammenheng

Ansattes tilbøyelighet er et betydningsfullt tema for alle arbeidsplasser (Rodell, Breitsohl, Schröder, & Keating, 2015). Derfor er «frivillig arbeid» helt essensielt i bedriftssammenheng, fordi man ønsker å motivere de ansatte til å gjøre utfordrende og komplekse oppgaver (Gagné, & Deci, 2005). I 2020, hvor alt er uforutsigbart og under konstant endring, blir bedrifter avhengige av

medarbeidere som gjør arbeidsoppgaver basert på at de selv mener det bør gjøres, uten å få beskjed om det. Det hjelper derfor ikke å ha en strategi som kun består av straff og belønning.

Adam Grant (2009) har forsket på dette, og kom frem til at det ikke kun er for organisasjonen sin vinning, men det faktum at motivasjon er rettet mot å komme andre mennesker til gode. Grant sin forskning (2009) belyser at det er en underliggende prososial motivasjon i flere yrker; for eksempel medisinske forskere, som finner opp vaksiner for å beskytte verdens befolkning. Forskerne møter derimot ikke sine «pasienter» direkte.

Når ansatte i en bedrift er prososialt motivert, er deres ønske å være til nytte for bedriftens effektivitet (De Dreu, Weingart, & Kwon 2000). Prososialt motiverte ansatte er mer bevisst og opptatt av andres mål og preferanser (Meglino, & Korsgaard, 2004). De stiller spørsmål, lytter nøye og observerer andres atferd for å forstå de og deres verdier (De Dreu et al, 2000).

Gjerningene man utfører for å hjelpe andre krever gjerne lite, men kan være av stor verdi for mottakeren. Det vil si at ansatte tar på seg en frivillig ekstrarolle og engasjerer seg, for å utføre oppgaver som nødvendigvis ikke forventes (Brief, & Weiss, 2002). Eksempelvis kan det ta få minutter å utføre en oppgave for enkelte, men som for andre hadde tatt dobbelt så lang tid. Istedenfor at en part bruker mye tid på å sette seg inn i noe nytt, kan medarbeidere være behjelpelig og dele sin kunnskap, for å effektivisere konkrete arbeidsoppgaver. Det å hjelpe og dele sin kunnskap kan både være tidsbesparende og behjelpelig for den andre part, samtidig som det kan styrke relasjoner mellom de ansatte. Vi kan tolke på bakgrunn av dette, at det nødvendigvis ikke er lønnen det står på, men i hvor stor grad vi mennesker er villige til å gjøre arbeid og engasjere oss i det som ikke er forventet av oss.

Når ansatte er lavt indre motivert, men preget av prososial motivasjon, får de ansatte nødvendigvis ikke glede av selve jobben, men gjør det av den grunn at de ønsker å hjelpe andre eller organisasjonen de tilhører (Ryan, & Connell, 1989). Når det er sagt vil prososial motivasjon muliggjøre utholdenhet, ytelse

og produktivitet i bedriftssammenheng, som hjelper ansatte å bli mer dedikert (Thompson, & Bunderson, 2003). De prososialt motiverte ansatte er mer i stand til å samarbeide og bidra for suksess, snarere enn de som er motiverte av egeninteressen (Batson, 1998; De Dreu, 2006). I utgangspunktet trenger kun noen å være prososialt motivert, da det hevdes å ha en smittsom effekt på omgivelsene (Hackman, 2002). Mennesker i gode arbeidsteam er altså svært innflytelsesrike i sosiale sammenhenger (Hackman, 2002).

Ansatte som blir utsatt for samme retningslinjer og praksis, motiveres kollektivt av å oppnå et felles mål (Li, Kirkman, & Porter, 2014). Mennesker engasjerer seg ofte til fordel for seg selv, men blir likevel motivert av å ha positiv påvirkning på andres liv (De Dreu, 2006; Grant, & Berry, 2011). Dette indikerer at prososial motivasjon vil ha en positiv påvirkning på kollektivt samarbeid i arbeidslivet, som vil effektivisere bedrifter (Hue, & Liden, 2014).

3.0 Metode

I denne delen av oppgaven skal vi først beskrive eksperimentets prosedyre steg for steg. Deretter skal vi identifisere deltakerne, hvorfor vi valgte de og kommentere deres demografiske karakteristika. Vi bruker både kvalitativ- og kvantitativ metode. Kvantitativ metode brukes for å kartlegge og legge til grunn for å få overblikk på forskningsdesign, dataanalyse, konklusjon og diskusjon (Befring, 2015). Kvalitativ metode har vi brukt for å observere og få en helhetlig forståelse av deltakernes atferd. I tillegg skal den kvalitative metoden brukes for å støtte eventuelle funn og skape dybde i kunnskapen fra den kvantitative metoden (Grønmo, 2020).

3.1 Eksperiment design

Vi deler eksperimentet vårt inn under tre faser, som alle deltakerne gikk gjennom: (1) eksponering av stimuli, (2) kvalitativt eksperiment om faktisk atferd, og (3) rapportering av emosjonelle og fysiske reaksjoner. Deltakerne hadde ingen innsikt i hendelsesforløpet.

3.1.1 Fase én

I første fase benyttet vi oss av et randomisert utvalg, der deltakerne tilfeldig ble tildelt en av to eksperimentelle forhold: (1) En eksperimentgruppe som skulle se en rørende video, som forhåpentligvis vil fremkalle underliggende prososial motivasjon, eller (2) en kontrollgruppe som skulle se en atletisk video, som var kun ment for underholdningens skyld. Deltakerne fikk tilfeldig se én av to videoer, avhengig av hvilken gruppe de tilhørte. Eksperimentgruppen fikk se *Unsung Hero* (2014) og kontrollgruppen *Pizza Hut Parkour* (2009).

Unsung Hero (2014) handler om en ung mann som daglig utfører uselviske handlinger, uten å forvente noe tilbake. Utover i videoen ser man de positive konsekvensene som kommer av de gode gjerningene hovedpersonen utfører, og en fortellerstemme setter ord på dramatikken. Hovedpersonen viser med det en prososial atferd, og hvilke belønninger hans handlinger gir andre i samfunnet, uten at han selv nødvendigvis tjener noe på det. *Unsung Hero* (2014) er en rørende video som potensielt kan fremkalle kama muta og prososial motivasjon.

Den atletiske videoen er en video for *Pizza Hut* (2009), som viser en hovedperson som utfører spenstige parkour triks, og «leker» seg gjennom byen. Den atletiske videoen er full av adrenalin og underholdning, men stimulerer ingen følelser av kama muta.

3.1.2 Fase to

I denne fasen benyttet vi oss av kvalitativ metode, ved å gjennomføre et eksperiment innenfor kausalt design, utformet i et laboratorium. Et labeksperiment er et eksperiment som skal være mest mulig lik det virkelige liv (Gripsrud, Olsson og Silkoset, 2017, s.57). Ved å skape en mest mulig lik tilnærming av virkeligheten, vil man få god oversikt over omgivelsesfaktorer og utfallet. Det vil også gjøre det mulig å isolere effekten av stimuli, da vi kan kontrollere omgivelsene til en viss grad (Gripsrud et al, 2017, s.57). Vi brukte Handelshøyskolen BI som utfallsrom, for å skape en ekte situasjon. På dette utfallsrommet skulle deltakerne sitte og vente på å bli hentet inn til neste fase, og de var ikke klar over at vi observerte deres faktiske atferd her.

Deltakerne kom inn i det konstruerte venterommet enkeltvis, der de trodde de kun ventet på å bli videreført til en spørreundersøkelse. På venterommet var det satt opp tre stoler. To av stolene var okkupert av statister. Deltakeren fikk så beskjed om å sitte og vente på den siste og gjenværende stolen. Mens de satt og ventet, hentet vi inn en tredje statist, som haltet inn på krykker. Vedkommende ble stående i kø ettersom alle stolene var opptatt. I det øyeblikket statisten på krykker ankom utfallsrommet, observerte vi hvordan deltakerne reagerte med å enten bli sittende eller reise seg for å gi bort plassen sin. Statistene var fremstilt som deltakere på lik linje som de vi rekrutterte.

Deltakernes faktiske atferd, basert på manipulasjon i første fase, ville vise om prososial motivasjon ble fremkalt. Vi brukte kausalt design for å se på forholdet mellom årsak og virkning. Med en slik tilnærming kunne vi på nært hold observere deltakernes atferd. Utfordringen med et labeksperiment er tidsmessige faktorer og eventuelle forstyrrelser ved utfallsrommet.

Utfallsrommet vi benyttet er et trafikkert område på skolen, noe som var utenfor vår kontroll. Dette kan ha forstyrret konsentrasjonen og tilstedeværelsen til deltakerne, og kan ha påvirket utfallet. Dermed kan vi ikke anta at svarene vil være et reelt resultat for hvordan det ville vært i en helt naturlig setting.

Når det hadde gått ett minutt, uavhengig av om de reiste seg eller ikke, ba vi deltakeren om å komme inn til spørreundersøkelsen, som var tredje og siste del av studiet.

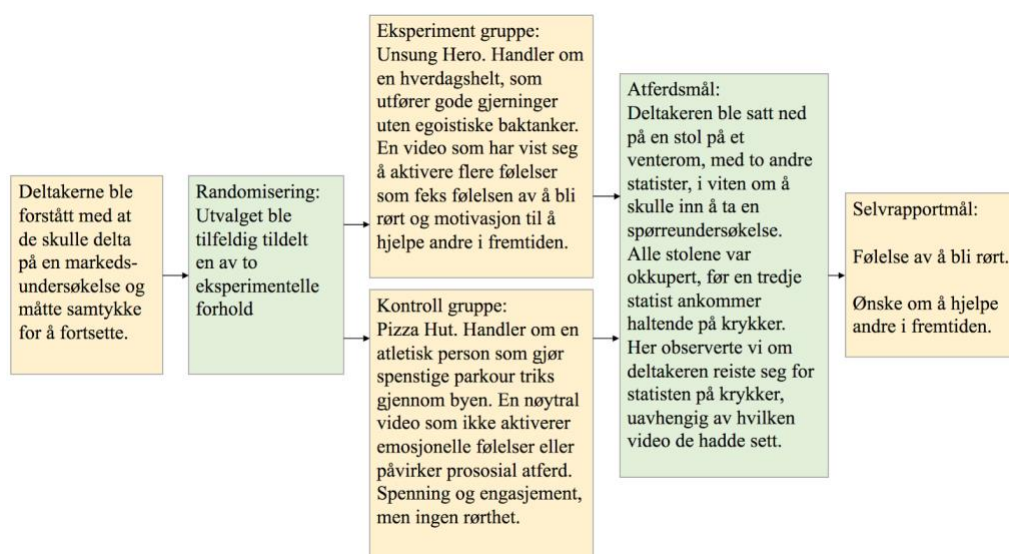
3.1.3 Fase tre

I siste del av studiet benyttet vi oss av kvantitativ metode, og introduserte deltakerne for en spørreundersøkelse, for å evaluere og se på deltakerens selvrapporterte følelser og reaksjoner av videoen fra første fase. Det er viktig for studiets skyld å nevne at deltakerne i denne fasen, fortsatt ikke er klar over at deres handlingsatferd har blitt observert.

Spørreundersøkelsen ble tildelt inne på et lukket rom. Det var frivillig å delta, og det var valgfritt å svare på spørsmålene. Spørreundersøkelsen innebar 29

spørsmål, som var fordelt under fem kategorier. De fire første inkluderte typiske følelser og reaksjoner av kama muta. Her skulle deltakerne svare på en skala fra 0 (ikke i det hele tatt) til 6 (mye) i hvilken grad følelsene og påstandene stemte. Femte og siste kategori målte prososial motivasjon, hvor deltakerne skulle rangere fra 1 (svært uviktig for meg) til 7 (svært viktig for meg) i hvilken grad de var motiverte for å hjelpe andre i nærmeste fremtid. Avsluttende i spørreundersøkelsen skulle deltakerne krysse av for hvilken reklamefilm de hadde sett.

Figur 1: Oversikt over eksperimentets prosedyre.



3.2 Rekruttering og utvalg

Eksperimentet ble utført i en fem dagers periode i starten av februar 2020, på Handelshøyskolen BI Bergen. Ettersom vi trengte flere rom for å utføre eksperimentet, var det naturlig å avholde det på skolen. Vi var også avhengig av studentenes tilgjengelighet, og valgte dermed å avholde eksperimentet tidlig i semesteret. Målet var å samle inn så mye data som mulig, slik at resultatet ble mest mulig representativt.

Det ble tilsammen rekruttert 150 studenter i ulik alder og kjønn, der vi konsekvent søkte etter å få en jevn fordeling av kjønn. Det ble likevel en del flere menn enn kvinner, på grunn av tilgjengelighet. Vi inviterte studentene til å delta ved å stoppe dem tilfeldig utenfor lesesalen, for deretter å høflig spørre

om de ville delta i en markedsundersøkelse om reklamer. Det var viktig at vi ikke fremstilte dette som et eksperiment.

Eksperimentet tok omkring 10 minutter per deltaker og vi hadde kun mulighet til å utføre eksperimentet på en av gangen. Dette satte en begrensning for det totale antallet vi endte opp med. Ettersom vi ønsket å sikre oss mest mulig deltakere, utførte vi eksperimentet på dagtid. Dette var noe problematisk for studentenes mulighet til å delta. Tross begrensningene, overholdte vi målet om å overstige 30 deltakere per dag.

3.3 Utfallsmål

Vi benytter oss av to type variabler; manipulerte variabler og utfallsvariabler. De manipulerte variablene er hvilken gruppe deltakeren ble tilfeldig tildelt i fase én (eksperiment- eller kontrollgruppe). Utfallsvariablene er de kategoriserte variablene fra spørreundersøkelsen. Da undersøkelsen besto av nærmere 30 spørsmål, har vi kategorisert disse variablene etter; (1) fysiologiske tegn på kama muta, (2) observert kama muta, (3) intensjon om å hjelpe andre i fremtiden, (4) emosjonell kama muta og (5) prososial motivasjon. Siste utfallsvariabel ble ikke selvrapportert i spørreundersøkelsen, da den inkluderer vår observasjon av faktisk hjelpeatferd i selve eksperimentet; (6) faktisk atferd.

3.4 Cronbach's Alpha

Vi bruker Cronbach's Alpha for å se på utfallsvariablene, og måle reliabiliteten til de tilhørende følelsene, fornemmelsene eller reaksjonene deltakerne opplevde. Den første variabelen (1), inkluderer de ti første spørsmålene i spørreundersøkelsen, som handler om de fysiologiske tegnene på kama muta. De fire resterende utfallsvariablene besto av fire spørsmål hver, innenfor de ulike kategoriene; (2) observert kama muta, (3) atferds intensjoner, (4) emosjonell kama muta og (5) prososial motivasjon.

Figur 2: Cronbach's Alpha.

<i>Utfallsvariabler</i>	<i>Tilhørende følelser, fornemmelser eller reaksjoner</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Fysiologisk kama muta	Tårevåte øyne	0.900
	Tårer	
	Gåsehud/hårene reiste seg	
	Frysninger	
	En varm følelse i brystet	
	Gråtkvalt	
	Det ville vært vanskelig å snakke	
	Jeg smilte	
	Oppløftet eller lett	
	Forfrisket, med fornyet energi eller opprømt	
	Observert kama muta	
Underveis opplevde jeg det oppstod en usedvanlig form for nærhet		
Underveis følte jeg en unik form for kjærlighet utspille seg		
Underveis kjente jeg på en usedvanlig følelse av å være velkommen eller ønske andre velkommen		
Atferds intensjoner	Jeg følte for å fortelle noen hvor mye jeg bryr meg om dem	0.950
	Jeg fikk lyst til å klemme noen	
	Jeg fikk lyst til å gjøre noe ekstra snilt for noen	
	Jeg følte meg sterkere forpliktet til et forhold	
Emosjonell kama muta	Jeg opplevde positive følelser	0.941
	Videoen varmet om hjertet mitt	
	Jeg ble beveget	
	Jeg ble rørt	
Prososial motivasjon	Fordi jeg bryr meg om å være til nytte for andre gjennom mitt arbeid	0.910
	Fordi jeg ønsker å hjelpe andre gjennom mitt arbeid	
	Fordi jeg ønsker å ha positiv innvirkning på andre	
	Fordi det er viktig for meg å gjøre noe godt for andre gjennom mitt arbeid	

Cronbach's Alpha brukes for å måle reliabilitet, som er en målesikkerhet og brukes som en stabilitet i våre målinger (Svartdal, 2020). Reliabilitetsmålene bør være over 0.6 i sum, for å kunne hevde at de er reliable. Om de er reliable, kan vi være sikre på at resultatene er pålitelige (Gripsrud et al, 2017). Alle

målingene våre ligger rundt 0.9 og oppover, og vi kan dermed si at spørreundersøkelsen har høy grad av reliabilitet. Det er viktig å bemerke seg at selv om det vi måler har høy reliabilitet, trenger det ikke nødvendigvis å være høy validitet.

3.4.1 Reliabilitet og validitet

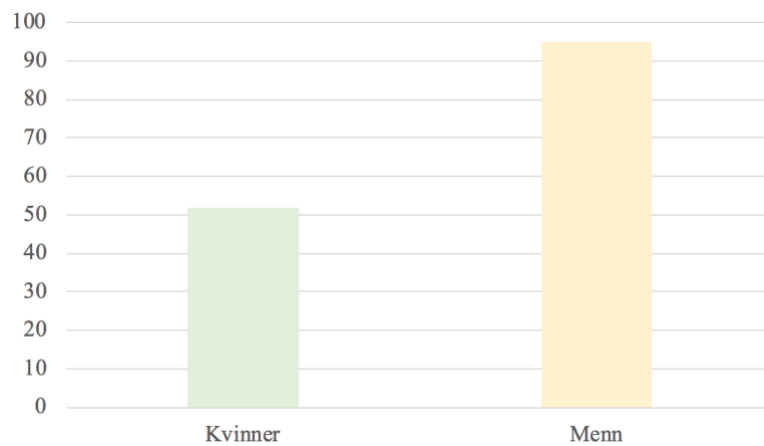
Reliabilitet og validitet er begreper vi må kommentere i et eksperiment, da det vil si noe om kvaliteten. Validiteten sier noe om hvor godt det vi faktisk måler er, og om resultatet fra datainnsamlingen er gyldig og relevant (Gripsrud et al, 2017). Indre validitet omhandler i hvilken grad kausaliteten i undersøkelsen holder sine mål. Eksperimentet vårt har høy indre validitet, fordi resultatene er gyldige for utvalget og er i tråd med problemstillingen. Eksperimentet har derimot en lav ytre validitet, da det ikke kan generaliseres ettersom vi kun hadde 150 deltakere bestående av unge studenter. Våre resultater tilsier dermed at det er høy grad av nøyaktighet og pålitelighet, men den kan ikke generaliseres.

4.0 Resultater

4.1 Deskriptive data

Vi har utført en deskriptiv analyse av spørreundersøkelsen deltakerne gjennomførte i faste tre av studiet. Dette er for å undersøke om det foreligger en samvariasjon mellom demografiske karakteristika. De ulike variablene vi har brukt er antall personer, kjønn, sektor (privat/offentlig/uten arbeid) og alder. Det er viktig å presisere at eksperimentet var frivillig, og deltakerne måtte samtykke for å delta. Det var flere av kandidatene som valgte å ikke delta, og noen som valgte å ikke svare på alle spørsmålene i undersøkelsen. Dette hadde dog ingen påvirkning på utfallet, da vi endte opp med nok deltakere. Vi endte med et utvalg på 150 personer, der tre av deltakerne ikke gjennomførte. Vi fikk dermed 147 deltakere, hvorav 52 (35%) var kvinner og 95 (65%) var menn.

Figur 3: Hvilket kjønn er du?



Alle deltakerne var studenter, ettersom eksperimentet ble utført på Handelshøyskolen BI i Bergen. Aldersforskjellen var noe spredt, da den yngste deltakeren var 19 år, og den eldste 29 år. Gjennomsnittsalderen i studiet var 21,8 år. 146 av deltakerne svarte på spørsmålet om de er i arbeid, der 28% av deltakerne ikke har jobb. 71 av deltakerne jobber i privat sektor (49%) og bare 23% arbeider i offentlig sektor.

4.2 Utfallsvariabler

Nedenfor ser vi en oppsummering av utfallsvariablene og dens reliabilitet gjennom Cronbach's Alpha. Alle variablene ligger over 0.900 og er et tegn på at studien vår har høy grad av reliabilitet. Vi kan derfor trekke en konklusjon ut i fra disse resultatene.

Figur 4: Cronbach's Alpha – utfallsvariabler.

UTFALLSVARIABLER	CRONBACH'S ALPHA
1. FYSISK KAMA MUTA	0.900
2. OBSERVERT KAMA MUTA	0.940
3. ATFERDS INTENSJONER	0.950
4. EMOSJONELL KAMA MUTA	0.941
5. PROSOSIAL MOTIVASJON	0.910

4.3 Sammenheng mellom variablene

Vi har testet korrelasjonen for å se om det finnes sammenhenger mellom utfallsvariablene. Her benyttet vi oss av en korrelasjonsmatrise, hvor vi satt to og to variabler opp mot hverandre. Jo høyere tallene viser, jo mer positiv sammenheng har de.

Figur 5: Pearson *r* korrelasjonsmatrise.

VARIABLER	MEAN	SD	1	2	3	4	5	6
1. FYSISK KAMA MUTA	2.61	1.16	0					
2. OBSERVERT KAMA MUTA	3.74	1.89	.761	0				
3. ATFERDS INTENSJONER	2.78	1.72	.828	.761	0			
4. EMOSJONELL KAMA MUTA	3.84	1.94	.854	.820	.823	0		
5. PROSOSIAL MOTIVASJON	5.48	1.03	.182	.120	.253	.192	0	
6. ALDER	21,8	1.60	.064	.027	.063	.029	.248	0

Matrisen ovenfor viser at de som følte sterke fysiologiske tegn på kama muta, er de samme som også følte emosjonell kama muta ($R = .854$), dette er de variablene som har størst sammenheng av alle utfallsvariablene. Emosjonell kama muta har også relativt stor sammenheng med flere av variablene, ikke bare med fysisk kama muta, men også med observert kama muta ($R = .820$), og atferdsintensjoner ($R = .823$). Det tilsier at spørsmålene i variabelen gjerne kan relatere til flere sammenhenger av følelser.

De som opplevde fysiologiske tegn på kama muta har også en relativt høy sammenheng med atferdsintensjoner ($R = .828$). Dette er positivt, da vi prøver å fremkalle følelser og tilstander for at deltakerne skal ønske å ha prososial motivasjon, som sannsynligvis vil initiere til prososial atferd.

Vi kan også se i matrisen at prososial motivasjon henger noe sammen med målene for atferdsintensjoner ($R = .253$), men enda mindre med fysiologiske tegn på kama muta ($R = .182$), og observert kama muta ($R = .120$). Dette kan være et tegn på at spørsmålene er formulert som en mer generell tilstand i livet, og dermed rapporterte deltakerne høy grad av intensjoner for fremtiden.

Vi valgte også å teste korrelasjonen sammen med alder, for å se om det ville ha en sammenheng med variablene. Resultatene viser lite utslag med denne

variabelen. Som vi ser i illustrasjonen er ikke alder korrelert med noen av variablene, bortsett fra en noe høyere sammenheng med prososial motivasjon ($R = .248$), men den er fortsatt relativt lav. Dette er ikke et overraskende resultat, da man uansett alder kan kjenne på både ulike følelser og prososialitet.

4.4 Test av mellomgruppeforskjeller

I denne delen har vi utført en uavhengig t-test hvor hensikten var å sammenligne alle variablene for å se om det er en signifikant forskjell i resultatene fra eksperimentgruppen og kontrollgruppen. Vi skal gjøre rede for resultatene til hver enkel utfallsvariabel.

4.4.1 Fysiologiske tegn på kama muta

For å måle om deltakerne opplevde fysiologiske tegn på kama muta, rapporterte deltakerne ulike reaksjoner på en rangert skala. Gjennomsnittet til eksperimentgruppen tyder på en nøytral sammenheng med fysiologiske tegn på kama muta. Samtidig er standardavviket relativt gjennomsnittlig, som vil si at svarene er varierende til en viss grad ($M = 3.32$, $SD = 1.08$). Til sammenligning er det lav sammenheng med fysiologiske tegn på kama muta og kontrollgruppen ($M = 1.87$, $SD = 0.67$). Tallene tilsier at det ikke bare er lavt gjennomsnitt, men også lite variasjon i svarene. Dermed virker det som at det er enighet om at fysiologiske tegn på kama muta ikke er sterkt knyttet opp til kontrollgruppen.

Vi gjorde en uavhengig t-test for å se om det er en statistisk signifikant forskjell mellom eksperiment- og kontrollgruppen. T-testen viser at fysiologiske tegn på kama muta ser ut til å ha en signifikant forskjell; $t(140) = 9.54$, $p = 0.00$]. Gruppenes fysiologiske tegn skiller seg signifikant fra hverandre ($P < 0.05$), og vi vil dermed finne støtte i første hypotese. Deltakerne som så *Unsung Hero* rapporterer høyere fysiologiske tegn på kama muta.

4.4.2 Observert kama muta

Den andre hypotesen inkluderer deltakernes observerte kama muta.

Gjennomsnittet fra eksperimentgruppen viser at det var en høy observert kama muta ($M=5.15$, $SD=1.30$). Standardavviket viser også at det er noe variasjon i svarene. Til sammenligning observerte kontrollgruppen lav kama muta, da gjennomsnittet er under middels ($M=2.28$, $SD=1.16$). Kontrollgruppen har noe mindre variasjon i svarene enn eksperimentgruppen.

Ved å gjøre en uavhengig t-test vil vi kunne se om forskjellen mellom eksperiment- og kontrollgruppen var statistisk signifikant. T-testen konstaterer at det er en signifikant forskjell mellom gruppene; $t(141)= 13.93$, $p = 0.00$], og at de skiller seg signifikant ut ($P<0.05$). Vi beholder dermed vår andre hypotese. Deltakerne som så *Unsung Hero* rapporterte sterkere observert kama muta.

4.4.3 Atferdsintensjoner

For å måle deltakernes atferdsintensjoner, rapportere de i hvilken grad de følte seg forpliktet til et forhold, og lysten til å klemme eller gjøre noe ekstra snilt for noen. Resultatet fra eksperimentgruppen er over gjennomsnittet, og vi ser at det er sammenheng mellom *Unsung Hero* (2014) og atferdsintensjoner ($M=3.80$, $SD=1.61$). Standardavviket er derimot noe høyere enn tidligere svar, som skyldes at deltakerne har variasjon i svarene. Til sammenligning viser gjennomsnittet fra kontrollgruppen derimot en svært lav sammenheng mellom den atletiske videoen og atferdsintensjoner ($M=1.7$, $SD=1.02$). Standardavviket sier at det ikke er så stor variasjon i svarene til deltakerne, det kan tolkes som at det er en enighet om at atferdsintensjonene ikke ble påvirket av den atletiske videoen.

Ved å gjøre en uavhengig t-test vil vi kunne se om forskjellen mellom eksperiment- og kontrollgruppen var statistisk signifikant. T-testen konstaterer at det er en signifikant forskjell mellom gruppene; $t(142)= 9.24$, $p = 0.00$]. Vi ser at begge gruppene skiller seg signifikant ut ($P<0.05$). Med dette kan vi beholde vår tredje hypotese. Deltakerne som så *Unsung Hero* rapporterte en sterkere intensjon om å hjelpe andre i fremtiden.

4.4.4 Emosjonell kama muta

For å måle om deltakerne opplevde emosjonell kama muta, vurderte de i hvilken grad de opplevde ulike emosjoner. Resultatet fra eksperimentgruppen viser at det var en svært høy sammenheng mellom emosjonell kama muta og *Unsung Hero* (2014) ($M=5.13$, $SD=1.59$), det samme gjelder standardavviket. Dette er interessant å se på, ettersom det gir en antydning til at det er noen som er uenig med flere av deltakerne. Til sammenligning er det mindre sammenheng mellom emosjonell kama muta og kontrollgruppen ($M=2.45$, $SD=1.15$). Gjennomsnittet er relativt lavt, men standardavviket er noe nøytralt. Vi ser derfor ingen sammenheng med kontrollgruppen og emosjonell kama muta.

Vi gjør en uavhengig t-test for å sammenligne gruppene, og å se om det var en statistisk signifikant forskjell. T-testen konstatere at det er en signifikant forskjell mellom gruppene; $t(141)= 11.41$, $p = 0.00$], og gruppene skiller seg signifikant ut ($P<0.05$). Med dette kan vi beholde vår fjerde hypotese. Deltakerne som så *Unsung Hero* rapporterte sterkere emosjonell kama muta.

4.4.5 Prososial motivasjon

For å måle om deltakerne opplevde prososial motivasjon, rapporterte de i hvilken grad de har prososial motivasjon generelt sett. Gjennomsnittet fra eksperimentgruppen viser i høy grad at det var en sammenheng mellom prososial motivasjon og *Unsung Hero* (2014) ($M=5.4$, $SD= 1.18$). Standardavviket er nøytralt, noe som betyr at det er noe variasjon i svarene til deltakerne. Sammenlignet med kontrollgruppen, viser gjennomsnittet en enda høyere sammenheng med prososial motivasjon og den atletiske videoen ($M=5.5$, $SD= 0.85$). Mulig begrunnelse for dette, er at prososial motivasjon er noe som kan oppstå uansett type stimuli man blir eksponert for, som gjenspeiles i dette studiet. Standardavviket til kontrollgruppen er en del lavere, som betyr at det var mindre variasjon i deres svar, kontra eksperimentgruppen.

Vi gjør en uavhengig t-test for å sammenligne gruppene, og se om det var en statistisk signifikant forskjell. T-testen konstatere at det ikke er en signifikant forskjell mellom gruppene; $t(143)= -0.79$, $p = 0.43$]. Vi ser at gruppene ikke

skiller seg signifikant ut ($P > 0.05$). Med dette forkaster vi vår femte hypotese. Det er ingen forskjell i deltakerens prososiale motivasjon, og vi ser ingen forskjell på gruppens personligheter. Deltakerne som så *Unsung Hero* rapporterte lavere prososial motivasjon enn kontrollgruppen.

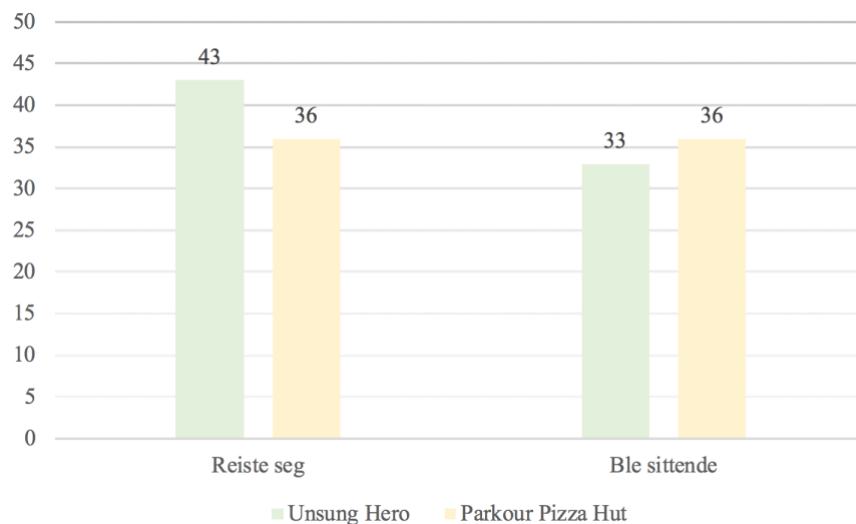
Figur 6: Oppsummering av resultatene fra t-test mellom gruppeforskjeller.



4.4.6 Faktisk atferd av prososial motivasjon

For å bevise sammenhengen mellom hva deltakerne rapporterte i spørreundersøkelsen og deres faktiske atferd, observerte vi deres atferd i utfallsrommet. Dette går vi nærmere inn på i siste hypotese. Denne hypotesen var ikke inkludert i spørreundersøkelsen, men ble målt basert på faktisk atferd. Dermed måler vi svarene her, ulikt fra de tidligere hypotesene.

Figur 7: Hvem reiste seg og hvem ble sittende?



Illustrasjonen viser hvor mange som reiste seg og hvor mange som ble sittende, i forhold til hvilken video de ble eksponert for. Totalt var det 148 deltakere som deltok i eksperimentet og 54% reiste seg. Av eksperimentgruppen var det 57% som reiste seg, og 43% som ble sittende. I kontrollgruppen ble 50% reiste seg, og 50% ble sittende.

Uavhengig av hvilken video deltakerne så, kan det se ut til at det ikke er en vesentlig forskjell i hvem som ble sittende, og hvem som reiste seg. Dette viser at det ikke er en større sammenheng med prososial motivasjon i eksperimentgruppen, og vi forkaster vår siste og avgjørende hypotese. Deltakerne som så *Unsung hero* vil ikke i større grad reise seg for en person på krykker.

5.0 Diskusjon

5.1 Hovedfunn

Formålet med dette studiet var å se om opplevelsen av å bli oppløftet og rørt påvirker deltakernes prososiale atferd. Vi fant flere funn som er bemerkelsesverdige av flere grunner, men dette vil vi se nærmere på i begrensninger. Utvalget besto kun av studenter på Handelshøyskolen BI, med en gjennomsnittsalder på 21,8 år. 65% av utvalget besto av menn, og de resterende 35% var kvinner.

For det første ønsket vi å se en høyere grad av reaksjoner på *kama muta* hos eksperimentgruppen. Våre funn viser at deltakerne i eksperimentgruppen rapporterte høyere fysiologiske tegn på *kama muta*, sterkere observert *kama muta*, sterkere intensjon om å hjelpe andre i fremtiden og sterkere emosjonelle reaksjoner på *kama muta*. I forhold til Cronbach's Alpha ligger alle utfallsvariablene rundt 0.900 og oppover, dette tilsier at vi med sikkerhet kan si at eksperimentet har høy grad av reliabilitet.

For det andre testet vi korrelasjonen mellom de ulike variablene. Oppsummert ser vi at fysiologiske tegn på *kama muta* og emosjonell *kama muta* har størst sammenheng. Når det er sagt er det flere av variablene som har relativt høy

korrelasjon, som tyder på at kama muta reaksjonene ofte kan oppleves samtidig. I utfallsvariabelen «prososial motivasjon», var det ingen tydelig sammenheng med de resterende variablene. Spørsmålene om prososial motivasjon måler ikke hvordan de følte etter videoen, men en mer generell beskrivelse i livet og hverdagen. Derfor ser vi på det som et positivt resultat at begge gruppene har scoret høyt, da det er folks generelle oppfattelse av seg selv.

Resultatene fra den uavhengige t-testen viser likevel at det er sterk forskjell mellom eksperiment- og kontrollgruppen, noe som var forventet. Deltakerne som så *Unsung Hero* (2014), hadde høyere score enn kontrollgruppen på alle utfallsvariablene, utenom prososial motivasjon. Prososial motivasjon har ingen signifikant forskjell. Som tidligere nevnt er dette et positivt resultat, ettersom det viser at deltakerne generelt sett er prososialt motivert.

For det tredje ønsket vi å se om intensjon hadde sammenheng med faktisk atferd. Resultatene viser at begge gruppene rapporterte en sterkere intensjon om å hjelpe andre i fremtiden, men likevel ikke utførte det i selve eksperimentet. Når det er sagt er det enklere å krysse av i en undersøkelse at du har lyst til å bli et bedre menneske, enn å faktisk bli det. Det kan være en indikasjon på at vi mennesker ønsker å fremstille oss som personer som ønsker å hjelpe andre, men når det først kommer til stykket, handler vi ikke.

Likevel er det verdt å nevne, på bakgrunn av tidligere forskning og teori, at personlighet, folkeskikk og de tradisjonelle normene er faktorer som kan spille inn på deltakernes valg om å reise seg. Det kan ha en betydning om deltakerne eventuelt har empatiske personlighetstrekk som «agreeableness», da det muligens kan påvirke den enkeltes hjelpeatferd. Antakelsen om at mennesker med en sterkere moralsk identitet er mer utsatt for å oppleve en sterkere respons på gode handlinger, kan minne om noen av våre funn. Dette kan også spille en rolle for om en deltaker reiste seg eller ikke, da de kan ha hatt varierende opplevelser av kama muta.

5.2 Teoretiske implikasjoner

Resultatene gir antydning til flere betydningsfulle implikasjoner for både teori og praksis. Tidligere forskning og teori viser at det i utgangspunktet er en sammenheng mellom positive følelser og prososial atferd. Det hevdes at emosjonelle reaksjoner er et viktig utgangspunkt for å få motivasjon til å hjelpe andre (Dickert et al, 2011). Vi tok utgangspunkt i slik teori, og forventet at de som opplevde kama muta, ville fremkalle prososial motivasjon.

Sparks og hans kollegaer har gjennom 15 ulike studier bevist at oppløftning kan fremkalle og formidle prososiale handlinger (Sparks et al, 2019). Derimot blir vår femte hypotese, som inkluderer sammenhengen mellom emosjonelle følelser og intensjon om å utføre en prososial handling, forkastet. Vi fant ingen sammenheng, da begge gruppene viste høy grad av intensjon. Å bli oppløftet er en unik og rørende følelse, og antas å ligge til grunn for prososial motivasjon og kama muta-modellen. Det er en «smittsom» prosess hvor en som er vitne til prososiale handlinger, har større sannsynlighet for å gjennomføre det selv (Sparks et al., 2019). Vi støtter disse teoriene, da vi beholder våre hypoteser som sier at de som ble utsatt for kama muta, rapporterer en større intensjon om å hjelpe andre i fremtiden.

Stellar og hans kollegaer (2017) beviste at ærefrykt, medfølelse og takknemlighet påvirker menneskers prososiale handlinger. Samme gjorde Barlett og DeSteno i 2006, da de fant sterke bevis på at takknemlighet ofte har sammenheng med prososial oppførsel. McCullough og hans kollegaer (2002) fant ut at individer som opplever følelsen av å være takknemlig, vil i større grad være mer hjelpsomme, enn de som ikke opplever det. Selv om vår studie ikke testet følelsen av å være takknemlig, ha ærefrykt eller medfølelse direkte, er dette følelser som kan oppleves i sammenheng med kama muta og vi kan av den grunn se antydning til at det har en sammenheng med vår studie. Tidligere funn og forskning la til grunn for at vi forventet at deltakerne som så *Unsung Hero* (2014) ville i større grad reise seg for en person på krykker, men da gruppene ikke har forskjellig resultat, forkaster vi siste hypotese. Dette kan sees i sammenheng med at det er flere drivere som har betydning for prososial atferd.

Eksempelvis viser forskning at personer med sterk moralsk identitet i større grad vil utføre prososiale handlinger (Aquino et al, 2011). Så hvilken type personlighet man har, kan ha betydning for om man vil hjelpe andre eller ikke (Gebauer et al, 2007). Ettersom vår siste hypotese om faktisk atferd ikke kan støttes, kan muligens personlighet og moralsk identitet spille en rolle. Det var flere som reiste seg på eksperimentet, uavhengig av om de så videoen som skulle utløse kama muta. Da det hevdes at vi hjelper andre både for vår egen glede og fordi vi føler oss pliktig til å gjøre det (Gebauer et al, 2007), tror vi dette kan være årsaken til at de vi ikke forventet skulle reise seg, faktisk også reiste seg.

Det er viktig å huske på at det er forskjell på fiktive stimuli og reelle hendelser, da den eksperimentelle kontrollen som tilbys ved å presentere stimuli er nøyaktig bestemt av de som forsker på noe. Resultatene fra Sparks og hans kollegaer (2019) viser at flere av deltakerne opplevde en prososial motivasjon av *Unsung Hero* (2014), men dette sier nødvendigvis ikke om det er en varig prososial atferd eller om de faktisk hadde utført en prososial handling. Vårt eksperiment derimot utsatte deltakerne for en reell hendelse etterfulgt av den fiktive stimuli, som kan gi en større innsikt i deltakernes faktiske atferd. Slik fikk vi en mer naturlig tilnærming til forskningen. Muligens kan dette også være grunnen til at vår hypotese om at prososial atferd blir utløst av kama muta, ikke støttes. Selv om folk sier de opplever en følelse som ga lyst til å hjelpe andre, så betyr det ikke nødvendigvis at de faktisk gjør det i en reell situasjon. Det hjelper ikke å ha en intensjon om å hjelpe, når faktisk atferd motstrider.

5.3 Praktiske implikasjoner

Våre funn viser at man nødvendigvis ikke handler prososialt som en følge av å bli oppløftet og rørt. Deltakerne i eksperimentet rapporterte et ønske om å hjelpe andre, likevel motstrider dette med deres faktiske atferd, da 43% av eksperimentgruppen valgte å ikke reise seg for en person på krykker. Vår studie tilsier at det hjelper ikke å kun oppleve kama muta i seg selv, men at det er flere faktorer som skal til for å utføre en prososial handling. Om personlighet, kulturelle normer eller moralsk identitet er viktige drivere, kan vi

ikke si med sikkerhet, men det tyder på at dette er noe som burde bli sett nærmere på. Teoretikere og forskere kan av vår studie lære at det er mer og større forskning som må til, for å konstatere faktiske resultater.

Det er krevende for ledere i organisasjoner å ha oversikt over alle ansatte, fordi en leder ikke har kapasitet til å følge opp alle til enhver tid. I dagens organisasjoner forventes det at de ansatte utfører arbeidsoppgaver på eget initiativ. Det mest optimale for organisasjoner, vil være at de ansatte i tillegg til tildelte arbeidsoppgaver som forventes, utfører det lille ekstra. Vårt råd til organisasjoner er å oppnå en forståelse for hva som driver og motiverer de ansatte, da det vil være helt essensielt for å kunne skape verdi både innad og utad for organisasjonen.

Ut i fra tidligere forskning og teori vil flere arbeidsplasser mest sannsynlig være drevet av prososial motivasjon. Dette kan være en stor fordel i praksis, da det kan være med på å øke effektivitet, produktivitet og trivsel både for ledere og ansatte. Høy grad av prososial motivasjon på arbeidsplassen vil sette en standard for utfallet, hvor de ansattes ønske er å være til nytte og kollektivt øke verdi for organisasjonen. Å være bevisst og opptatt av felles mål og preferanser har vist seg å ha en effekt (Meglino, & Korsgaard, 2004). Derfor kan takknemlighet og gode tilbakemeldinger resultere i en økende grad av motivasjon hos de ansatte.

I tråd med våre resultater, bør ledere og organisasjoner oppfordre og rette oppmerksomheten mot å styrke et prososialt samarbeid blant de ansatte. Ved å gi ros, tilbakemeldinger og vise tilbøyelighet vil muligheten for samspill og effektivitet styrkes. Mest sannsynlig vil dog personlighet spille en vesentlig rolle for å utføre prososiale handlinger, i tillegg til hvor tilbøyelige de ansatte er for empati og moralsk oppførsel.

5.4 Begrensninger og anbefaling til videre forskning

Det oppstod ulike begrensninger i løpet av studiet som vi ønsker å kommentere, for å sikre videre forskning. Først og fremst er det verdt å nevne at eksperimentet ble utført tidlig i semesteret, noe som gjorde rekrutteringen

mer krevende. Det var betydelig mindre studenter tilgjengelig på skolen, og vi merket at studentene primært var på skolen for å delta på forelesninger. Flere kommenterte at de hadde dårlig tid, og av den grunn ikke kunne delta.

Vi ønsker også å kommentere at flere av deltakerne som takket ja til å delta, hadde en stresset- og rastløs atferd, da de eksempelvis så ofte på klokken og spurte hvor lenge det ville vare. Som en følge av dette, kunne eksperimentet muligens tatt en annen vending om deltakerne hadde fokusert mer på omgivelsene rundt seg, og brukt god tid på å gi utfyllende svar. Det er vesentlig å nevne at resultatene også kunne vært annerledes om deltakerne hadde fått en form for betaling for å delta, ikke nødvendigvis en betaling i form av penger, men en annen gode.

Det er også verdt å nevne at vi kun hadde tilgang og kapasitet til å gjøre eksperimentet på en student av gangen, noe som la store begrensninger. Studentene gikk ofte i klynger eller hadde dårlig tid og kunne ikke vente til deres tur. Til videre forskning anbefaler vi derfor å benytte seg av en større beredskap, slik at flere kan ta del i eksperimentet samtidig. Det vil også være mer gunstig å utføre eksperimentet i et tidsrom, hvor det er flere studenter tilgjengelig. Når det er sagt, vil ikke kun studenter være representativt for hele befolkningen, så vi anbefaler å teste samme teori på ulike alder, yrkesgrupper og livssituasjoner.

En annen begrensning vi ønsker å kommentere er ulempen ved å ha statister av ulike kjønn. Etersom eksperimentet varte over flere dager, brukte vi forskjellige statister av ulike kjønn spredt utover. Av den grunn merket vi oss at flere av de mannlige deltakerne hadde lettere for å reise seg om det var en kvinnelig statist som gikk på krykker. Til videre forskning kunne det derfor vært spennende å se på forskjellen mellom kvinner og menn i henhold til holdning og atferd. På denne måten kan man få en tilnærmet innsikt i om deltakerne velger å reise seg fordi de er påvirket av videoen de fikk se, eller om deres atferd er knyttet til de tradisjonelle normene om at menn skal være «gentleman» og reise seg for det motsatte kjønn. Det kunne her vært ideelt å avholde to ulike eksperimenter, hvor den ene kun benyttet seg av kvinnelige

statister og den andre kun mannlige statister. Her kunne man også testet teorien på tvers av kulturer og dens følge av forskjellige religioner og kjønnsroller.

Vi kan også se et mønster der kvinnene rapporterer sterkere emosjonelle og fysiske reaksjoner. Dette kan dog være et spørsmål om kvinner bare svarer ærligere enn menn, om opplevde reaksjoner knyttet til følelser. Dette kan skyldes at menn generelt har større vanskeligheter med å uttrykke og beskrive følelser. Dette er noe vi ikke kan si med sikkerhet basert på vår studie, men det ville vært interessant å se nærmere på i videre forskning.

Det ville også være interessant å se nærmere på varigheten av opplevd kama muta. Her kunne det blitt testet hvor lenge følelsen varer, og om det er en umiddelbar eller «voksende» følelse. Videre kunne man også sett på om det er en sammenheng mellom menneskers personlighetstype og dens følelsesmessige atferd knyttet opp mot kama muta. Vil for eksempel en person som er introvert, ha en annerledes tilknytning til følelsen av å bli rørt, enn en som er ekstrovert? Det ville vært spennende å se om personlighetstype har en påvirkning på eksperimentets utfall, og i så fall hvilken personlighetstype som dominerer.

Det er utfordrende å generalisere resultatene for om positive følelser kan få mennesker til å få en mer prososial atferd, fordi vi kun viser en type stimuli av prososial motivasjon, da Unsung Hero (2014) er tatt med kun av den hensikt å fremkalle en sterk emosjonell reaksjon. Derfor er denne type video et ypperlig utgangspunkt og vi vil anbefale for fremtidig forskning å teste varierende stimuli, for å få mer svar på fenomenets grenser og responser.

6.0 Konklusjon

I dette studiet har vi sett nærmere på kama muta-følelser og dets påvirkning på prososial motivasjon. Vi har undersøkt om følelsen av å bli oppløftet og rørt kan påvirke BI studenter til å utføre prososiale handlinger, gjennom et labeksperiment. Deltakerne ble tilfeldig fordelt i en eksperiment- og en kontrollgruppe; hvor eksperimentgruppen ble presentert for en emosjonelt aktiverende video og kontrollgruppen for en atletisk video. Studiet viser til en følelsesmessig prosess som kan fremkalle underliggende prososial motivasjon hos eksperimentgruppen. Ettersom videoene aktiverte motstridende følelser, og ulike budskap, kunne vi observere om videoklippene hadde en påvirkning på deltakernes atferd eller ei.

Vi utarbeidet seks hypoteser som skulle støtte og svare på vår problemstilling: *«Kan opplevelsen av å bli oppløftet og rørt påvirke prososial atferd?»*.

Resultatet fra eksperimentet indikerer at deltakerne som ble eksponert for *Unsung Hero* (2014) rapporterte en høyere grad av opplevd kama muta, og støttet dermed de fire første hypotesene. Derimot hadde faktisk atferd lav sammenheng med intensjon, og de to siste hypotesene ble forkastet. I henhold til problemstillingen konkluderer vi med at opplevelsen av å bli oppløftet og rørt kan fremme prososial motivasjon, men ikke nødvendigvis forårsake prososial atferd.

7.0 Referanseliste

- Algoe, S. B. & Haidt, J. J. (2009). Witnessing Excellence in Action: the 'Other-Praising' Emotions of Elevation, Gratitude, and Admiration. *The Journal of Positive Psychology*, 4(2), 105-127. Hentet fra: <https://doi.org/10.1080/17439760802650519>
- Aquino, K., McFerran, B. & Laven, M. (2011). Moral identity and the experience of moral elevation in response to acts of uncommon goodness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 703–718. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0022540>
- Aquino, K. & Reed, A. II. (2002). The Self-Importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423-1440. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>
- Aron, A., Aron, E. N. & Smollan, D. (1992). Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(4), 596-612. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.596>
- Bales, K. (1996). Measuring the propensity to volunteer. *Social Policy & Administration*, 30(3), 206–226. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9515.1996.tb00555.x>
- Bartlett, M. Y. & DeSteno, D. (2006). Gratitude and Prosocial Behavior. *Psychological Science*, 17(4), 319–325. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01705.x>
- Bartsch, A., Kalch, A. & Oliver, M. B. (2014). Moved to Think: The Role of Emotional Media experiences in stimulating Reflex's thoughts. *Journal of Media Psychology*, 26 (3), 125-140. Hentet fra: <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000118>
- Batson, C. D. (1998). Altruism and prosocial behavior. I: D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Red.), *The handbook of social psychology* (4), s. 282-316. Boston: McGraw-Hill.
- Batson, C. D., Fultz, J. & Schoenrade, P. A. (1987). Distress and empathy: two qualitatively distinct vicarious emotions with different motivational consequences. *Journal of Personality*, 55(1), 19–39. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1987.tb00426.x>

- Batson, D. (1998). "Altruism and Prosocial Behavior." I: *Handbook of Social Psychology* (2). Daniel T. Gilbert, Susan Fiske, and Gardner Lindzey (Red.), s. 282–316. New York: McGraw Hill.
- Befring, E. (2015). *Kvantitativ metode*. Forskningsetisk bibliotek, Oslo: Det Norske Samlaget. Hentet fra:
<https://www.etikkom.no/FBIB/Introduksjon/Metoder-og-tilnarminger/Kvantitativ-metode/>
- Bénabou, R. & Tirole, J. (2006). Incentives and Prosocial Behaviour. *American Economic Review*, 96(5), 1652-1678. doi:10.1257/aer.96.5.1652
- Bierhoff, H. W., Klein, R. & Kramp, P. (1991). Evidence for the altruistic personality from data on accident research. *Journal of Personality*, 59(2), 263–280. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1991.tb00776.x>
- Brief, A. P. & Weiss, H. M. (2002). Organizational behavior: affect in the workplace. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 279-307. Hentet fra: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135156>
- Buckley, R. C. (2016). Aww: The emotion of perceiving cuteness. *Frontiers in Psychology*, (7) 1740. Hentet fra:
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01740>
- Campbell, D. T. (1975). On the conflicts between biological and social evolution and between psychology and moral tradition. *American Psychologist*, 30(12), 1103–1126. Hentet fra:
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.30.12.1103>
- Condon, P., Desbordes, G., Miller, W. B. & DeSteno, D. (2013). Meditation increases compassionate responses to suffering. *Psychological Science*, 24(10), 2125-2127. Hentet fra:
<https://doi.org/10.1177/0956797613485603>
- Cova, F. & Deonna, J. A. (2014). Being moved. *Philosophical Studies*, 169(3), 1-20. Hentet fra: <https://doi.org/10.1007/s11098-013-0192-9>
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10, 85. Hentet fra: https://www.uv.es/friasnav/Davis_1980.pdf

- 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. Hentet fra: <https://doi.org/10.1002/bdm.697>
- Dickert, S. & Slovic, P. (2009). Attentional mechanisms in the generation of sympathy. *Judgment and Decision Making*, 4(4), 297–306. Hentet fra: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1592459
- Deal, J. J., Stawiski, S., Graves, L., Gentry, W. A., Weber, T. J. & Ruderman, M. (2013). Motivation at work: Which matters more, generation or managerial level? *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 65(1), 1–16. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0032693>
- De Dreu, C. K. W., Weingart, L. R. & Kwon, S. (2000). Influence of social motives on integrative negotiation: A meta-analytic review and test of two theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 889–905. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.5.889>
- De Dreu, C. K. W. (2006). Rational self-interest and other orientation in organizational behavior: A critical appraisal and extension of Meglino and Korsgaard (2004). *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1245-1252. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.6.1245>
- De Dreu, C. K. W. & Nauta, A. (2009). Self-interest and other-orientation in organizational behavior: Implications for job performance, prosocial behavior, and personal initiative. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 913–926. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0014494>
- Dekker, P., & van den Broek, A. (2006). Is volunteering going down? I: P. Ester, M. Braun, & P. Mohler (Red.), *Globalization, value change, and generations: A cross-national and intergenerational perspective* (s. 179-205). Brill Academic Publishers.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417-440.
doi:0066-4308/9010201-0417\$02.00
- Fantasia, R. (2002). The Dignity of Working Men: Morality and the Boundaries of Race, Class and Immigration. *Contemporary Sociology*, 31(2), 122-125. Hentet fra: <https://www.jstor.org/stable/3089465>

- Fetchenhauer D. & Dunning D. (2006). Perceptions of Prosociality and Solidarity in Self and Others. I: Fetchenhauer D., Flache A., Buunk B., Lindenberg S. (Red.) Solidarity and Prosocial Behavior. Critical Issues in Social Justice. (s. 61-74). Springer, Boston, MA. Hentet fra: https://doi.org/10.1007/0-387-28032-4_4
- Fiske, A. P., Schubert, T. & Seibt, B. (2016). “Kama Muta” og “Being Moved by Love”: A Bootstrapping Approach to the Ontology and Epistemology of an Emotion. I: Julia L. Cassaniti and Usha Menon (Red.), Universalism without uniformity: explorations in mind and culture, (s.79-100). Chicago: University of Chicago Press. doi:10.7208/chicago/9780226501710.003.0006
- Fiske, A. P., Seibt, B. & Schubert, T. (2019). The Sudden Devotion Emotion: Kama Muta and the Cultural Practices Whose Function Is to Evoke It. *Emotion Review*, 11(1), 74-86. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/1754073917723167>
- Fredrickson, B. L. (2013). *Positive emotions broaden and build*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 47, 1-53. Hentet fra: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407236-7.00001-2>
- Frijda, N. H. (2007). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43(5), 349–358. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.43.5.349>
- Füller, J., Mühlbacher, H., Matzler, K. & Jawecki, G. (2014). Consumer Empowerment Through Internet-Based Co-creation. *Journal of Management Information Systems*, 26 (3), 71-102. Hentet fra: <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222260303>
- Gaesser, B. & Schacter, D. L. (2014). Episodic simulation and episodic memory can increase intentions to help others. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(12), 4415-4420. Hentet fra: <https://doi.org/10.1073/pnas.1402461111>
- Gagné, M. & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331–362. Hentet fra: <https://doi.org/10.1002/job.322>

- Gebauer, J. E., Riketta, M., Broemer, P. & Maio, G. R. (2007). Pleasure and pressure based prosocial motivation: Divergent relations to subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 42(2), 399-420. Hentet fra: <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2007.07.002>
- Grant, A. M. & Berry, J. W. (2011). The Necessity of others is the Mother of Invention: Intrinsic and Prosocial Motivations, Perspective Taking, and Creativity. *Academy of Management Journal*, 54(1), 73-96. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amj.2011.59215085>
- Grant, A. M. (2008). Does Intrinsic Motivation Fuel the Prosocial Fire? Motivational Synergy in Predicting Persistence, Performance, and Productivity. *Journal of Applied Psychology*, 93(1), 48-58. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.1.48>
- Grant, A. M. (2009). Putting Self-Interest Out of Business? Contributions and Unanswered Questions From Use-Inspired Research on Prosocial Motivation. *Industrial and Organizational Psychology*, 2(1), 94-98. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2008.01113.x>
- Grant, A. M. (2012). Leading with Meaning: Beneficiary Contact, Prosocial Impact, and the Performance Effects of Transformational Leadership. *Academy of Management Journal*, 55(2), 458-476. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0588>
- Grant, A. M. (2007). Relational job design and the motivation to make a prosocial difference. *Academy of Management Review*, 32(2), 393-417. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24351328>
- Graziano, W. G., Habashi, M. M., Sheese, B. E. & Tobin, R. M. (2007). Agreeableness, empathy, and helping: A Person Situation perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 583-599. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.4.583>
- Gripsrud, G., Olsson, U. H. & Silkoset, R. (2017). *Metode og dataanalyse* (3.utgave). Oslo: Cappelen Damm.
- Grønmo, S. (2020). Kvalitativ metode. Hentet fra: https://snl.no/kvalitativ_metode
- Hackman, J. R. (2002). *Leading teams: Setting the Stage for Great Performances*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Haidt, J. (2000). The Positive Emotion of Elevation. *Prevention and Treatment*, 3(1). doi:10.1037/1522-3736.3.1.33c
- Hart, D., Atkins, R. & Ford, D. (1998). Urban America as a context for the development of moral identity in adolescence. *Journal of Social Issues*, 54(3), 513–530. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1998.tb01233.x>
- Hue, J. & Liden, C. R. (2014). Making a Difference in the Teamwork: Linking Team Prosocial Motivation to Team Processes and Effectiveness. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1-72. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amj.2012.1142>
- Jensen-Campbell, L. A. & Graziano, W. G. (2001) Agreeableness as a Moderator of Interpersonal Conflict. *Journal of Personality*, 69(2), 323-362. Hentet fra: <https://doi.org/10.1111/1467-6494.00148>
- Jonas, K. J. (2012). Prosocial behavior in the context of crisis. I: K. J. Jonas & T. A. Morton (Red.), *Social issues and interventions. Restoring civil societies: The psychology of intervention and engagement following crisis* (s. 57–77). Wiley-Blackwell. Hentet fra: <https://doi.org/10.1002/9781118347683.ch4>
- Kahneman, D. & Knetsch, J. L. (1992). Valuing Public Goods: The Purchase of Moral Satisfaction. *Journal of Environmental Economics and Management*, 22(1), 57–70.
- Konečni, V. J., Wanic, R. A. & Brown, A. (2007). Emotional and aesthetic antecedents and consequences of music-induced thrills. *The American Journal of Psychology*, 120(4), 619-643. Hentet fra: <https://www.jstor.org/stable/20445428>
- Kosek, R. B. (1995). Measuring Prosocial Behavior of College Students. *Psychological Reports*, 77(3), 739–742. Hentet fra: <https://doi.org/10.2466/pr0.1995.77.3.739>
- Li, N., Kirkman, B. L. & Porter, C. O.L.H. (2014). Toward a model of work team altruism. *Academy of Management Review*, 39(4), 541-565. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0160>

- Lindenberg, S., Fetchenhauer, D., Flache, A. & Buunk B. (2006). Solidarity and Prosocial Behavior: A Framing Approach. I: Fetchenhauer D., Flache A., Buunk B., Lindenberg S. (Red.) Solidarity and Prosocial Behavior. Critical Issues in Social Justice. (s. 3-19). Springer, Boston, MA. Hentet fra: https://doi.org/10.1007/0-387-28032-4_1
- Matsumoto, D., Yoo, S. H. & Fontaine, J. (2008). Mapping expressive differences around the world: The relationship between emotional display rules and individualism versus collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39(1), 55-74. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/0022022107311854>
- McCullough, M. E., Emmons, R. A. & Tsang, J.-A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>
- McCullough, M., & Tsang, J. A. (2012). Parent of the Virtues? The Prosocial Contours of Gratitude. I *The Psychology of Gratitude*, Oxford University Press. Hentet fra: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195150100.003.0007>
- Menninghaus, W., Jacobsen, T., Hanich, J., Wagner, V. & Shah, M. (2014). Why We Like to Watch Sad Films. The Pleasure of Being Moved in Aesthetic Experiences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(2), 130-143. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0035690>
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A. & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56(1), 365–392. Hentet fra: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070141>
- Piff, P. K., Dietze, P., Feinberg, M., Stancato, D. M. & Keltner, D. (2015). Awe, the small self, and prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(6), 883-899. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/pspi0000018>
- Pruitt, D.G. (1968). Reciprocity and credit building in a laboratory dyad. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(2), 143–147. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/h0025323>

- Rodell, J. B., Breitsohl, H., Schröder, M. & Keating, D. J. (2015). Employee Volunteering: A Review and Framework for Future Research. *Journal of Management*, 42(1), 88-84. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/0149206315614374>
- Ryan, R. M. & Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5), 749–761. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.5.749>
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2002). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychological Association*, 55(1), 68-78. Hentet fra: <https://psycnet.apa.org/buy/2000-13324-007>
- Schnall, S. & Roper, J. (2012). Elevation puts moral values into action. *Social Psychological and Personality Science*, 3(3), 373-378. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/1948550611423595>
- Seibt, B., Schubert, T. W., Zickfeld, J. H., Zhu, L., Arriaga, P., Simão, C., ..., & Fiske, A. P. (2018). Kama Muta: Similar Emotional Responses to Touching Videos Across the United States, Norway, China, Israel, and Portugal. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(3), 418–435. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/0022022117746240>
- Seibt, C., Schubert, T. W., Zickfeld, J. H. & Fiske, A. P. (2017). Interpersonal closeness and morality predict feelings of being moved. *Emotion*, 17(3), 389-394. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/emo0000271>
- Sparks, A. M., Fessler, D. & Holbrook, C. (2019). Elevation, an emotion for prosocial contagion, is experienced more strongly by those with greater expectations of the cooperativeness of others. *PloS one*, 14(12), e0226071. Hentet fra: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0226071>
- Sparks, A. M., Fessler, D. M. T. & Holbrook, C. (2019). Elevation, an emotion for prosocial contagion, is experienced more strongly by those with greater expectations of the cooperativeness of others. 14(12). Hentet fra: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6892489/>

- Steinnes, K. K. (2017). Too cute for words: Cuteness evokes the kama muta emotion and motivates communal sharing (Masteroppgave). Hentet fra: https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/57260/1/KamillaKnutsenSteinnes_MAtesis_2017.pdf
- Svartdal, F. (2020). Reliabilitet. Hentet fra: <https://snl.no/reliabilitet>
- Stellar, J. E., Gordon, A. M., Piff, P. K., Cordaro, D., Anderson, C. L., Bai, Y., ..., & Keltner, D. (2017). Self-Transcendent Emotions and Their Social Functions: Compassion, Gratitude, and Awe Bind Us to Others Through Prosociality. *Emotion Review*, 9(3), 200–207. Hentet fra: <https://doi.org/10.1177/1754073916684557>
- ThaiLifeChannel (2014, 03.04) *Unsung Hero*. Hentet fra: <https://www.youtube.com/watch?v=uaWA2GbcnJU>
- Thompson, J. A. & Bunderson, J. S. (2003). Violations of principle: Ideological currency in the psychological contract. *Academy of Management Review*, 28(4), 571–586. Hentet fra: <https://doi.org/10.5465/amr.2003.10899381>
- Thomson, A. L. & Siegel, J. T. (2013). A moral act, elevation, and prosocial behavior: Moderators of morality. *The Journal of Positive Psychology*, 8(1), 50-64. Hentet fra: <https://doi.org/10.1080/17439760.2012.754926>
- Tempets Freerunning (2009, 10.12). *Pizza Hut Parkour Commercial*. Hentet fra: <https://www.youtube.com/watch?v=zKUleAigjRI>
- Walster, E., Berscheid, E. & Walster, G. W. (1973). New directions in equity research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(2), 151–176. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/h0033967>
- Wassiliwizky, E., Wagner, V., Jacobsen, T. & Menninghaus, W. (2015). Art-elicited chills indicate states of being moved. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 9(4), 405-416. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/aca0000023>
- Weiner, I. B., Batson, C. D. & Powell, A. A. (2003). Altruism and Prosocial Behavior. I: Handbook of Psychology, Weiner, I. B. (Red.). Hentet fra: <https://doi.org/10.1002/0471264385.wei0519>

- Wilke, H. & Lanzetta, J.T. (1970). The obligation to help: The effects of amount of prior help on subsequent helping behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 488–493. Hentet fra: [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90058-2](https://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90058-2)
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215-240. Hentet fra: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.215>
- Zickfeld, J. H. (2015). Heartwarming closeness: Being moved induces communal sharing and increases feelings of warmth (Masteroppgave). Hentet fra: <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-52508>
- Zickfeld, J. H., Schubert, T. W., Seibt, B., Blomster, J. K., Arriaga, P., Basabe, N., Blaut, A., Caballero, A., Carrera, P., Dalgard, I., Ding, Y., Dumont, K., Gaulhofer, V., Gračanin, A., Gyenis, R., Hu, C.-P., Kardum, I., Lazarević, L. B., Mathew, L., ..., & Fiske, A. P. (2019). Kama muta: Conceptualizing and measuring the experience often labelled being moved across 19 nations and 15 languages. *Emotion*, 19(3), 402–424. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/emo0000450>
- Zickfeld, J. H., Schubert, T. W., Seibt, B. & Fiske, A. P. (2017) Empathic Concern Is Part of a More General Communal Emotion. *Front. Psychol.* 8, 723. Hentet fra: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00723>
- Zickfeld, J. H., Schubert, T. W., Seibt, B. & Fiske, A. P. (2018). Moving Through the Literature: What Is the Emotion Often Denoted Being Moved? *Emotion Review*, 11, 123–139. Hentet fra: <http://dx.doi.org/10.1177/1754073918820126>