



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia Generale (DPG)

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA)

Corso di laurea in

Scienze Psicologiche Cognitive e Psicobiologiche

Tesi di Laurea

**Reazioni compassionevoli ed emotive in base al genere e alle
caratteristiche del target.**

**Compassionate and emotional reactions depending on gender and on target's
characteristics.**

Relatrice

Prof.ssa Giulia Fuochi

Correlatrice

PhD Candidate Alice Lucarini

Laureanda: Matilde Grasso

Matricola: 1221229

Anno Accademico 2021/2022

INDICE

0. INTRODUZIONE	2
1. QUADRO TEORICO.....	4
1.1. <i>La compassione</i>	4
1.1.2. <i>Distinguere la compassione da costrutti ad essa associati</i>	7
1.2. <i>Emozioni morali positive e negative</i>	8
1.3. <i>L'influenza del comportamento di un target sulle reazioni compassionevoli e sulle emozioni positive e negative</i>	11
1.4. <i>Differenze di genere nell'espressione delle reazioni compassionevoli e delle emozioni positive e negative</i>	11
2. LA RICERCA	13
2.1. <i>Obiettivi</i>	13
2.2. <i>Partecipanti</i>	14
2.3. <i>Questionario</i>	16
2.3.1. <i>Descrizione delle variabili dipendenti</i>	17
3. ANALISI DEI DATI.....	18
3.1. <i>Testare la prima domanda di ricerca</i>	18
3.2. <i>Testare la seconda domanda di ricerca</i>	22
3.3. <i>Discussione dei risultati, limiti e sviluppi futuri della ricerca</i>	23
4. CONCLUSIONI.....	28
5. BIBLIOGRAFIA	29

0. INTRODUZIONE

La presente ricerca si inserisce nel filone degli studi sulla compassione e sulle emozioni morali per identificare alcuni tra i fattori che influenzano le reazioni compassionevoli e le emozioni positive e negative provate verso un target in stato di sofferenza. Nello specifico, la ricerca ha come obiettivi da un lato di indagare come le caratteristiche di un target (comportamento positivo vs. negativo) in stato di sofferenza influenzano le reazioni compassionevoli e le emozioni positive e negative dei/delle partecipanti provate nei confronti del target; dall'altro ci si propone di testare se ci siano differenze di genere nelle reazioni compassionevoli e nelle emozioni positive e negative provate verso il target. Lo studio prevede una manipolazione sperimentale con lo scopo di influenzare i partecipanti nel valutare positivamente (*High Valuing*) o negativamente (*Low Valuing*) il target sofferente, creando quattro scenari diversi in cui il target o si comporta positivamente - cioè adotta un comportamento in linea con la norma di *Care* oppure di *Fairness* - o si comporta negativamente, violando una delle due norme appena citate. Nel primo capitolo verrà fornito un quadro teorico dei costrutti testati nella ricerca; nel secondo capitolo saranno presentati gli obiettivi della ricerca, il campione e il questionario utilizzato nello studio e nel terzo capitolo verrà riportata l'analisi dei dati e verranno discussi i risultati ottenuti.

1. QUADRO TEORICO

1.1. La compassione

La compassione è un costrutto multidimensionale piuttosto nuovo nell'ambito della ricerca. Ha attirato l'attenzione degli studiosi nell'ambito del giudizio morale e nello studio dell'altruismo e, attualmente, vi è moltissima letteratura sui benefici apportati da training sulla compassione (Klimecki et al., 2014) e sul ruolo della compassione nelle professioni di aiuto, ad esempio quelle sanitarie (Sinclair et al., 2016). Precedentemente la compassione era confusa con altri costrutti come quello dell'empatia e non è stata presa in considerazione da molti studi tassonomici sulle emozioni, se non in pochi casi (e.g., Lazarus, 1991).

L'idea di compassione nasce in Occidente con Aristotele che definì la compassione come un'emozione che è rivolta verso la sofferenza che colpisce le altre persone. In Oriente questa emozione è un elemento centrale del Buddismo, e viene identificata come una delle quattro virtù che aiutano a raggiungere la strada dell'illuminazione.

Dal punto di vista etimologico il termine "compassione" significa "soffrire con", quindi si tratta di un'emozione che collega una persona alla sofferenza di un altro individuo (Kanov et al., 2004). Citando Strauss et al. (2016), sembra che in letteratura ci sia un comune accordo sul fatto che la compassione riguardi il sentimento provato per una persona in stato di sofferenza e la conseguente motivazione ad alleviare il suo dolore. Ad esempio, Lazarus (1991) definisce la compassione come il sentirsi toccati dalla sofferenza altrui e desiderare di aiutare, Goetz e colleghi (2010) la definiscono come il sentimento che sorge quando si assiste alla sofferenza di qualcun altro e si desidera aiutare. Kanov et al. (2004) arricchisce ulteriormente la definizione aggiungendo anche una componente cognitiva, cioè l'essere capaci di immaginare e ragionare sull'esperienza di qualcuno. L'autore presenta un modello a tre elementi:

1. *Notare*: prendere consapevolezza della sofferenza di un'altra persona in due modi: cognitivamente, riconoscendo la sofferenza dell'altro, o sperimentando una reazione fisica o affettiva in risposta alla sua sofferenza;

2. *Sentire*: rispondere emotivamente a quella sofferenza immaginando o sentendo la condizione di sofferenza dell'altro;
3. *Rispondere*: desiderio di agire per aiutare la persona in difficoltà.

Anche il Buddismo concorda sul fatto che la compassione non sia solamente una risposta emotiva ma anche una risposta basata sulla ragione e la saggezza, inserita in un quadro etico che ha come obiettivo l'intenzione disinteressata di liberare gli altri dalla sofferenza (Strauss et al., 2016). Inoltre, sempre secondo la dottrina buddista, essere compassionevoli significa aiutare chi sta soffrendo senza giudizio e con tolleranza, anche se colui che soffre il sofferente è una persona sconosciuta o una persona sgradevole, di cui si ha una percezione negativa (Dalai Lama, 2002; citato in Strauss et al., 2016).

Come Kanov et al. (2004), anche Gilbert (2010) teorizza che la compassione abbia elementi cognitivi, affettivi e comportamentali esprimibili in sei attributi:

1. *Sensibilità*: essere responsivo alle emozioni degli altri e accorgersi di quando hanno bisogno di aiuto;
2. *Sympathy*: mostrare preoccupazione per la sofferenza di un'altra persona;
3. *Empatia*: assumere il punto di vista dell'altra persona;
4. *Motivazione/premura*: desiderio di alleviare la sofferenza altrui;
5. *Tolleranza al distress*: capacità di tollerare forti emozioni derivate dall'assistere alla sofferenza di qualcuno senza esserne sopraffatti;
6. *Assenza di giudizio*: capacità di sospendere il giudizio negativo che si può avere di una persona per metterne al primo posto la sofferenza.

Il modello di Gilbert (2010) è sovrapponibile a quello di Kanov (2004) nei primi quattro punti: "Sensibilità" corrisponde al primo elemento "Notare", "Sympathy" unita all'attributo "Empatia" corrispondono al secondo elemento "Sentire", e "Motivazione" corrisponde all'ultimo elemento "Rispondere". A questi Gilbert (2010) aggiunge gli attributi di "Tolleranza al distress" e "Assenza di giudizio", quest'ultimo concetto in linea con l'idea di compassione proposta dal buddismo. Riguardo al punto 4, Gilbert (2010) riporta come il fatto di provare sensazioni spiacevoli e distress di fronte alla sofferenza di qualcuno possa bloccare il comportamento di aiuto. Come dice Hoffman (1981) il distress in questi casi può segnalare che la persona non ha risorse sufficienti per aiutare l'altro in

difficoltà e quindi mettere in atto il comportamento d'aiuto potrebbe essere dannoso per l'individuo stesso.

Sebbene le definizioni citate precedentemente abbiano diverse componenti in comune, per diversi anni la ricerca scientifica ha continuato a soffrire la mancanza di un modello univoco della compassione disposizionale, che potesse tenere conto della complessità del costrutto. Nel 2016 Strauss e colleghi, attraverso una revisione sistematica della letteratura, hanno raccolto e comparato le caratteristiche attribuite alla compassione per arrivare a proporre una definizione univoca e completa di compassione disposizionale come costrutto multidimensionale caratterizzato da cinque elementi chiave:

1. *Recognizing*: capacità di riconoscere la sofferenza di una persona;
2. *Understanding*: capacità di capire che la sofferenza è parte della comune esperienza umana;
3. *Feeling*: capacità di sentirsi emotivamente connessi alla sofferenza di una persona;
4. *Tolerating*: capacità di tollerare sentimenti spiacevoli derivanti dall'essere esposti alla sofferenza di un'altra persona;
5. *Motivation*: capacità di agire o essere motivati ad alleviare la sofferenza di un'altra persona.

Oltre a cercare di sviluppare una definizione univoca di compassione, un altro argomento di interesse per ricercatori e ricercatrici che studiano la compassione è capire quando le persone reagiscono in modo compassionevole di fronte alla sofferenza altrui. DeSteno (2015), ad esempio, sostiene che ci deve essere un criterio che regoli le reazioni compassionevoli e i conseguenti atti altruistici perché una disposizione che porta l'individuo a investire le sue risorse per aiutare un'altra persona in ogni situazione sarebbe disadattiva. Secondo questo autore ciò che può dare un senso al comportamento compassionevole è la reciprocità, cioè la possibilità che la persona aiutata possa ricambiare l'aiuto in futuro. Di fronte alla sofferenza di un individuo il soggetto compie una valutazione inconscia per stimare quanto la persona sofferente possa restituire il favore. Un ulteriore parametro su cui basarsi potrebbe essere la somiglianza. Un crescente senso di somiglianza porta gli individui ad essere più propensi a ricambiare e quindi ad essere con maggiore probabilità oggetto delle reazioni compassionevoli altrui. Inoltre,

sembra che la relazione tra compassione e somiglianza sia bidirezionale perché un aumento di compassione disposizionale può far percepire gli altri come più simili a noi (Oveis et al., 2010).

Altri autori hanno cercato una spiegazione all'origine della compassione nel filone evoluzionista. La compassione è concettualizzata come un sistema motivazionale che ha lo scopo di regolare le emozioni negative, e che ha origine dalle stesse capacità che i primati hanno sviluppato per creare legami affettivi e mettere in atto comportamenti cooperativi (Gilbert, 2010; citato in Strauss et al., 2016). Dal punto di vista evoluzionistico le emozioni, tra cui anche la compassione, dovrebbero essere vantaggiosi adattamenti a particolari situazioni di sopravvivenza e riproduzione (Goetz et al., 2010). Goetz et al. (2010) riporta tre spiegazioni della compassione in chiave evoluzionista: è orientata alla riduzione della sofferenza o alla risposta ai bisogni della prole vulnerabile; è un tratto desiderabile nella selezione del partner; può favorire la cooperazione con individui estranei portando a benefici per il gruppo.

1.1.2. Distinguere la compassione da costrutti ad essa associati

L'empatia è definita come “una comprensione profonda a livello cognitivo ed emotivo dell'esperienza di un'altra persona, che si riflette in una risposta emotiva congruente con l'idea che l'altro sia meritevole di rispetto e possieda un valore intrinseco” (Barnett, & Mann, 2013). Sebbene Gilbert (2010), Kanov et al. (2004) e il Dalai Lama (2005) ritengano che l'empatia sia un elemento essenziale della compassione, suggeriscono anche che la compassione abbia delle caratteristiche in più rispetto all'empatia, primo fra tutti una componente attiva, legata al desiderio di alleviare la sofferenza altrui. In ogni caso si può considerare l'empatia come un costrutto multidimensionale positivamente correlato con la compassione ma distinto da essa. Ad esempio, l'empatia si applica ad un ampio spettro di situazioni ed emozioni, mentre la compassione emerge esclusivamente di fronte alla sofferenza dell'altro (Pommier, 2010). In aggiunta, la compassione è un'emozione propria del soggetto, mentre l'empatia è l'esperienza vicaria dell'emozione di un'altra persona (Goetz et al., 2010). Inoltre, Sprecher e Fehr (2005) sostengono che la compassione sia un'emozione che può essere provata per più di una persona fino a comprendere l'umanità intera, a differenza dell'empatia che è rivolta a un singolo individuo.

La differenza tra questi due costrutti sembra essere confermata anche da studi neuroscientifici. Klimecki e colleghi (2014) hanno dimostrato che le persone sottoposte a un training sulla compassione (vs. un training sull'empatia) presentavano attivazioni di aree del cervello diverse: la compassione è associata all'attivazione di circuiti neurali legati all'amore parentale, mentre l'empatia comporta l'attivazione delle stesse aree legate alla propria sofferenza. Inoltre, è stato dimostrato che coltivare la compassione attraverso training appositi comporta un aumento generale delle emozioni positive, anche nel momento in cui si è di fronte al distress provato dagli altri (Klimecki et al., 2013).

Per finire, pietà e gentilezza sono altri costrutti associati alla compassione: la prima, anche se all'apparenza somiglia alla compassione, non include una motivazione all'aiuto (Strauss et al., 2016); la seconda, sebbene alcuni autori la includano come componente della compassione (Neff, 2003; Pommier, 2010), si sovrappone solo parzialmente ad essa, per esempio la gentilezza non emerge solo in situazioni di sofferenza.

1.2. Emozioni morali positive e negative

Molte emozioni vengono categorizzate dagli studiosi come morali quando sono elicitate in riferimento a un giudizio morale relativo al rispetto o alla violazione dei codici culturali. La moralità, da un punto di vista sociologico, ruota attorno ai codici morali che specificano cosa è giusto o sbagliato, buono o cattivo, accettabile o inaccettabile (Turner, & Stets, 2006). Haidt e Kesebir (2010, p. XX) propongono una definizione esaustiva di moralità che prende in considerazione l'aspetto psicologico: "I sistemi morali sono insiemi di valori, virtù, norme, pratiche, identità, istituzioni, tecnologie e meccanismi psicologici evoluti che si intrecciano e lavorano insieme per sopprimere o regolare l'egoismo e rendono possibile la vita cooperativa."

Quando si parla di emozioni morali, spesso si considerano la vergogna, il senso di colpa, *sympathy* e l'empatia (Tangney, & Dearing, 2002) e in minor frequenza vengono considerati il disprezzo, la rabbia e il disgusto (Rozin, 1999). Secondo Turner e Stets (2006) le emozioni morali comprenderebbero anche timore reverenziale, venerazione, gioia, felicità, rimorso, vendetta e tristezza. Anche la compassione viene inserita tra le emozioni morali, insieme all'elevazione, la gratitudine, la rabbia morale, il rimorso e il rimpianto (De Hooge et al., 2013; Zeelenberg et al., 2012; Haidt, 2003). Sebbene

sympathy e empatia siano considerate da alcuni autori tra le emozioni morali, altri autori sono pronti a pensare che queste non lo siano. Ad esempio, Turner e Stets (2006) si chiedono se siano reali emozioni o se siano meccanismi interpersonali per capire o esperire gli stati emotivi di un altro individuo. In accordo con Haidt (2003), ritengono che l'empatia non sia un'emozione ma la tendenza o l'abilità di sentire quello che un'altra persona sta provando, e che la simpatia indichi il fatto di provare le stesse emozioni di un'altra persona.

Le emozioni morali, quindi, possono essere suddivise in quattro classi (Turner, & Stets, 2006):

- *self-critical moral emotions*: sono le emozioni negative provate nei propri confronti se si violano le norme morali, ad esempio vergogna e colpa (Tangney, & Dearing, 2002);
- *other-critical moral emotions*: sono le emozioni negative provate nei confronti di chi viola le norme morali, ad esempio disprezzo, rabbia e disgusto (Rozin et al., 1999);
- *other-suffering emotions*: sono le emozioni provate di fronte a qualcuno che vive qualcosa di negativo, ad esempio la compassione (Stoll-Kleemann et al., 2022);
- *other-praising emotions*: sono le emozioni positive connesse all'essere testimoni di un comportamento in linea con le norme morali, ad esempio gratitudine ed elevazione¹ (Haidt, 2003).

Locklear e Folger (2020) approfondiscono le *other-critical moral emotions* e le *other-praising emotions* individuando una triade di emozioni morali per ciascuna di queste due tipologie:

- la triade delle emozioni legate al giudizio negativo verso il comportamento degli altri e che possiamo identificare come emozioni negative: disprezzo, rabbia e disgusto, in inglese detta "CAD" (Contempt, Anger, Disgust);

¹ Termine coniato da Jonathan Haidt e fa riferimento all'emozione provata di fronte a un gesto morale esemplare (Thomson, & Siegel, 2017).

- la triade delle emozioni legate al giudizio positivo verso il comportamento degli altri e che possiamo identificare come emozioni positive: timore reverenziale, gratitudine ed elevazione, in inglese detta “AGE” (Awe, Gratitude, Elevation).

Algoe e Haidt (2009) hanno approfondito quali emozioni positive rientrano tra le *other-praising emotions* e hanno dimostrato che l’elevazione, la gratitudine e l’ammirazione sono emozioni positive distinte dalla felicità. La gioia viene, invece, considerata in letteratura una sfumatura della felicità, che è l’emozione positiva più studiata. Anche il dispiacere, che in inglese può essere tradotto come *sorrow* o *sadness*, viene identificato tra le emozioni morali che una persona può provare di fronte al comportamento di un individuo (Turner, & Stets, 2006) oppure che una persona può provare nei propri confronti se protagonista in un dilemma morale (Szekely, & Miu, 2015).

Le emozioni morali fanno riferimento a codici culturali legati alla moralità, e quindi si è cercato di capire quali possano essere le basi psicologiche sulle quali la cultura costruisce una grande varietà di sistemi morali. Haidt e Joseph (2004) hanno individuato cinque fondamenti su cui si basa la moralità:

1. *Harm/Care*: preoccupazione legata alla sofferenza e al prendersi cura degli altri;
2. *Fairness/Reciprocity*: preoccupazione legata a un trattamento ingiusto, all’imbroglio, e a nozioni più astratte di giustizia e diritti;
3. *Ingroup/Loyalty*: preoccupazione legata ai doveri nei confronti del gruppo di appartenenza, come ad esempio garantire la fedeltà, fare rinunce in favore del gruppo e controllare che le norme del gruppo vengano rispettate;
4. *Authority/Respect*: preoccupazione legata all’ordine sociale e ai doveri riguardanti la posizione gerarchica, come obbedienza, rispetto, e adempimento del ruolo sociale;
5. *Purity/Sanctity*: preoccupazione legata al contagio fisico e spirituale, che include la virtù della castità e il controllo del desiderio.

Graham et al. (2011), raccogliendo dati per validare il *Moral Foundations Questionnaire*, hanno evidenziato che i fondamenti morali di *Harm* e *Fairness* sono così diffusi in tutto il mondo da poter essere considerati fondamenti universali della moralità su cui le culture costruiscono idee diverse in merito ai concetti di danno e di equità. Hofmann e colleghi (2014) hanno voluto indagare in modo ecologico quanto spesso nella propria vita

quotidiana le persone commettono atti morali e immorali, sono target di atti morali e immorali e quanto spesso sono testimoni di comportamenti morali e immorali. Dall'analisi dei dati è emerso che la dimensione di *Harm/Care* era quella più menzionata, seguita da *Fairness/Unfairness* confermando la centralità di questi due fondamenti morali.

1.3. L'influenza del comportamento di un target sulle reazioni compassionevoli e sulle emozioni positive e negative

Studi scientifici sembrano indicare che il comportamento di un target e la sua conseguente valutazione siano variabili che influenzano le risposte emotive e di aiuto nei suoi confronti. Uno studio cardine in questo ambito è quello di Batson e colleghi (2007) che ha indagato il ruolo della valutazione del comportamento del target come antecedente della preoccupazione empatica e del comportamento di aiuto. Sulla base dei risultati dello studio, gli autori propongono un modello secondo cui la valutazione del target può influenzare direttamente o indirettamente la preoccupazione empatica. L'influenza indiretta avviene quando la valutazione positiva del target aumenta l'assunzione di prospettiva che a sua volta aumenta la preoccupazione empatica e conseguentemente il comportamento di aiuto. Uno studio non ancora pubblicato di Lucarini e colleghi, ispirato allo studio di Batson et al. (2007), riporta risultati in linea con quelli sopra-citato in quanto mostra che quando un target si comporta negativamente, le persone manifestano minori reazioni compassionevoli e intenzioni prosociali nei suoi confronti.

Per quanto riguarda le emozioni provate nei confronti di un target valutato positivamente o negativamente, si può fare riferimento alla letteratura citata nel paragrafo precedente. Tendenzialmente di fronte a un comportamento negativo vengono provate emozioni appartenenti alle *other-critical moral emotions* (Locklear, & Folger, 2020; Rozin et al., 1999) tra cui rabbia, disgusto, disprezzo. Tra queste emozioni si può annoverare anche il dispiacere, che di solito è un'emozione provata verso se stessi e per questo se provata per qualcun altro indica che probabilmente si sta empatizzando o simpatizzando con l'altra persona (Turner, & Stets, 2006). Di fronte a un comportamento virtuoso vengono provate le *other-praising emotions* che comprendono gratitudine, elevazione (Haidt, 2003),

timore reverenziale (Locklear, & Folger, 2020), e anche ammirazione e gioia (Algoe, & Haidt, 2009).

1.4. Differenze di genere nell'espressione delle reazioni compassionevoli e delle emozioni positive e negative

Poiché il costrutto dell'empatia è parzialmente sovrapposto a quello di compassione, gli studi sulle differenze di genere nelle reazioni compassionevoli hanno ipotizzato che le donne fossero più compassionevoli degli uomini basandosi sulle precedenti ricerche sull'empatia, che avevano dimostrato come le donne siano più empatiche (Pommier, 2010; Batson et al., 2007). Effettivamente la compassione è una qualità stereotipicamente associata alle donne (Canary et al., 2006), anche perché solitamente svolgono un ruolo di cura e di mantenimento delle relazioni (Gilligan, 1993). Gli studi nell'ambito sembrano concordare sul fatto che le donne provino più compassione per gli altri rispetto agli uomini (Pommier, 2010; Neff, & Pommier, 2013; Gu et al., 2020). Questo dato si ripete anche per popolazioni diverse da quella americana (a cui fanno riferimento la maggior parte degli studi), come nello studio di Sousa et al. (2017) per validare il questionario *Compassion Scale* con la popolazione portoghese e lo studio di Henje e colleghi (2020) su un campione di adolescenti svedesi.

Per quanto riguarda le emozioni positive e negative, la letteratura scientifica concorda sul fatto che ci siano differenze tra uomini e donne. Uno studio di Allen e Haccoun (1976) che misura le differenze in *Responsiveness* (esperire un'emozione e la reazione fisica ad essa associata) e *Expressiveness* (espressione conscia delle emozioni) di quattro emozioni (rabbia, paura, gioia e tristezza) mostra come le donne riportino di provare più emozioni nel complesso (l'unica emozione per cui non c'è differenza è la rabbia), e abbiano punteggi maggiori in *Responsiveness* per tutte le emozioni, soprattutto per quanto riguarda paura e tristezza. Brebner (2003) riporta che le donne provano con maggior frequenza affetto, rabbia, paura, gioia e tristezza rispetto agli uomini e che questi ultimi ottengono punteggi superiori alle donne solo nell'orgoglio. Alcuni studi sembrano invece indicare che uomini e donne non differiscano nella felicità provata (Myers, 1993, p. 79; citato in Brebner, 2003; Diener et al., 1999). In ogni caso sembra che le donne esprimano maggiormente le loro emozioni rispetto agli uomini (Brody, & Hall, 1993), soprattutto le

emozioni positive (LaFrance et al., 2003), e che internalizzino le emozioni negative come la tristezza, l'ansia, la paura, la vergogna e la colpa (e.g., Brody, & Hall, 2008; Allen & Haccoun, 1976; citati in Chaplin, 2015). Gli uomini invece, in certi contesti, esprimono maggiori livelli di aggressività e rabbia delle donne (Archer, 2004). Ad esempio Simpson e Stroh (2004), che hanno indagato le differenze di genere nell'espressione delle emozioni in ambito lavorativo, riportano che gli uomini, rispetto alle donne, sopprimono più spesso le emozioni positive e che al contrario, sia permesso loro mostrare maggiormente emozioni negative sul luogo di lavoro. Molte ricerche concordano sul fatto che di fronte a uno stimolo emotivo gli uomini sono attivati a livello fisiologico in maniera simile se non superiore rispetto alle donne (e.g., Chaplin et al., 2008). Sembrerebbe quindi che le donne esprimono più liberamente le loro emozioni positive, mentre gli uomini si controllano maggiormente (Buck, 1984), ma che siano più capaci di esprimere le emozioni negative.

2. LA RICERCA

La presente tesi si occupa di indagare come le caratteristiche del target (comportamento positivo vs. negativo) in stato di sofferenza influenzano le reazioni compassionevoli dei/delle partecipanti e le emozioni positive e negative provate nei confronti del target, e inoltre vuole testare se ci siano differenze di genere tra i/le partecipanti nelle reazioni compassionevoli, e nelle emozioni positive e negative espresse per il target.

In questo capitolo saranno presentati i seguenti argomenti: gli obiettivi dello studio, la descrizione del disegno sperimentale, la descrizione del campione di partecipanti.

Infine, verrà introdotto brevemente il questionario e verranno illustrate le scale utilizzate nella parte di ricerca qui approfondita.

2.1. Obiettivi

Il primo obiettivo della presente ricerca si propone di capire come le persone reagiscono alla sofferenza di un target, a seconda che il target si comporti positivamente, cioè adottando un comportamento in linea con la norma di *Care* (relativa al prendersi cura dell'altro) oppure di *Fairness* (relativa al comportarsi in modo corretto, attenendosi alle regole socialmente condivise), o che si comporti negativamente violando una delle due norme appena citate. Nello specifico si vuole verificare se le caratteristiche del target (comportamento positivo vs. negativo) in stato di sofferenza influenzano le reazioni compassionevoli dei/delle partecipanti e le emozioni positive e negative provate nei confronti del target in stato di sofferenza. Inoltre, come secondo obiettivo, lo studio vuole testare se ci siano differenze di genere tra i/le partecipanti nelle reazioni compassionevoli e nelle emozioni positive e negative espresse per il target.

Lo studio appartiene a una ricerca più ampia che prende in considerazione anche altre variabili cognitive ed emotive come il senso di minaccia percepito per il comportamento del target, le attribuzioni causali di colpa e responsabilità, le opinioni nei confronti del target, le emozioni suscitate dal suo comportamento e la percezione che il target stia sperimentando dolore fisico ed emotivo. Per indagare questi obiettivi è stata strutturata una ricerca basata su un disegno sperimentale 2x2, ovvero che presenta due manipolazioni sperimentali su due livelli, determinando in totale quattro possibili condizioni sperimentali.

Lo studio è stato svolto on-line; ogni partecipante, accedendo al link del questionario, era assegnato casualmente a una delle quattro versioni modificate di un articolo di giornale fittizio in cui veniva presentato un fatto di cronaca locale: la vicenda dell'imprenditore Valerio Bertoldo, il titolare di una ditta di costruzioni a Manerbio (BS), che rimane vittima di un incidente sul lavoro. Prima dell'incidente in cantiere, in due condizioni sperimentali il signor Bertoldo commetteva una trasgressione, nelle restanti due condizioni si comportava virtuosamente:

- Condizione *LOW VALUING x CARE*: in cui il target viola la norma morale di *Care*. Nello specifico, il target (assieme alla sua ditta) stava costruendo una sala slot al posto di una ex cooperativa sociale costretta a chiudere per difficoltà economiche;
- Condizione *HIGH VALUING x CARE*: in cui il target si comporta in linea con la norma morale di *Care*. Nello specifico, il target (assieme alla sua ditta) stava effettuando una ristrutturazione pro-bono di una cooperativa sociale in difficoltà economiche;
- Condizione *LOW VALUING x FAIRNESS*: in cui il target viola la norma morale di *Fairness*. Nello specifico, il target aveva alterato la gara di appalto, richiedendo un favoritismo, per assicurarsi che la sua ditta si occupasse della costruzione del parcheggio;
- Condizione *HIGH VALUING x FAIRNESS*: in cui il target si comporta in linea con la norma morale di *Fairness*. Nello specifico, il target viene presentato come un forte promotore della legalità in ambito edilizio.

2.2. Partecipanti

Da un iniziale campione di 144 partecipanti che hanno acceduto al questionario, 98 persone hanno inviato il questionario rispondendo al consenso post-esperimento. Di questo gruppo è stato necessario eliminare 1 persona perché aveva compilato il questionario due volte e 6 soggetti perché si sono rifiutati di concedere l'utilizzo dei propri dati. I partecipanti sono stati reclutati solamente tramite la rete di conoscenze o per passaparola. Il link del questionario non è stato diffuso sui social network come Facebook e Whatsapp per escludere la possibilità che le stesse persone incontrate

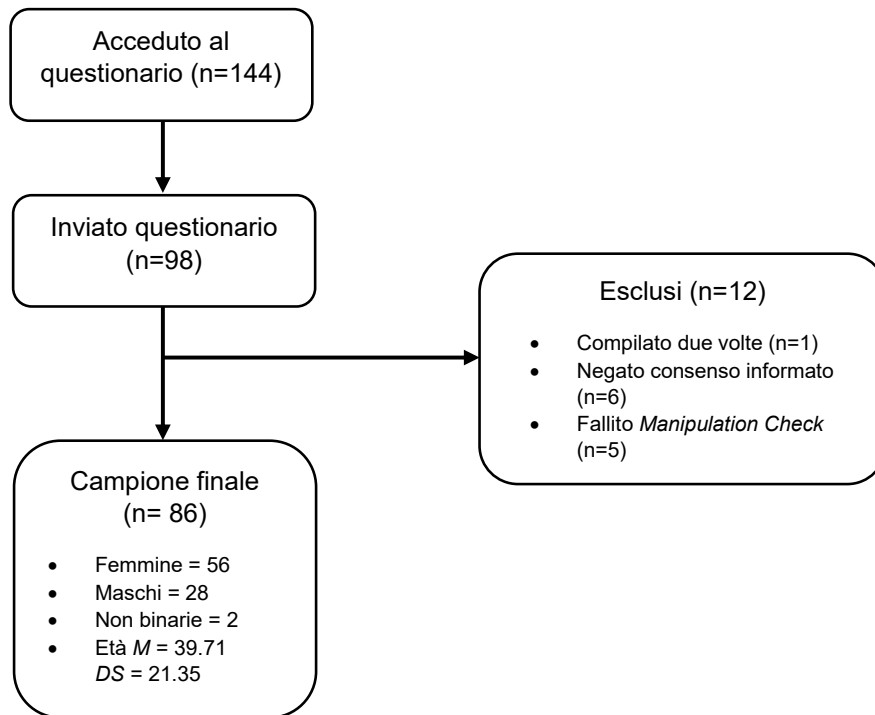
online, che gentilmente avevano già aderito alla ricerca compilando il questionario, replicassero le risposte.

Subito dopo la lettura dell'articolo il questionario prevedeva dei *manipulation check*, cioè due domande di comprensione della manipolazione sperimentale, che verificavano che il partecipante avesse letto attentamente l'articolo e che la manipolazione sperimentale fosse stata efficace. Bastava sbagliare una domanda su due per essere esclusi dal *pool* di partecipanti, e 5 persone hanno sbagliato almeno uno dei due item di *manipulation check*. Il numero finale di partecipanti che sono stati considerati per le analisi dei dati è quindi di 86. Il campione finale è composto da 56 femmine, 28 maschi e 2 persone non binarie. L'età media è di 39.71 anni con una deviazione standard di 21.35 (Figura 1). Per quanto riguarda il livello di istruzione troviamo: 2 persone con la licenza media, 53 persone con la licenza superiore, 8 persone con la laurea triennale, 14 con la laurea magistrale e 2 con master/dottorato. A livello di professione corrente, tra i partecipanti troviamo un buon bilanciamento tra studentesse e studenti (37 persone) e lavoratrici e lavoratori (30 persone). Inoltre, 14 persone dichiarano di essere pensionate, 3 casalinghe e 1 disoccupata.

Il campione dei partecipanti risulta essere ben distribuito nelle 4 condizioni sperimentali:

- Low ValuingXCare: N=21;
- High ValuingXCare: N=22;
- Low ValuingXFairness: N=22;
- High ValuingXFairness: N=21.

Figura 1. Diagramma di flusso della selezione dei partecipanti.



2.3. Questionario

Il questionario è stato creato sulla piattaforma Qualtrics.com ed è stato diffuso tramite un link e i partecipanti lo hanno compilato online.

La prima schermata del questionario fornisce una serie di informazioni al partecipante in merito alla ricerca a cui prenderà parte. Vi è una breve introduzione agli obiettivi della ricerca, alla struttura del questionario ed è indicata la durata media di compilazione. Il partecipante viene messo a conoscenza del fatto che non esistono risposte giuste o sbagliate e che è libero di saltare le domande a cui non volesse rispondere o di interrompere la compilazione del questionario in qualsiasi momento. Inoltre, è inserito il consenso informato per il trattamento dei dati raccolti a scopo di ricerca, nel rispetto dell'anonimato. Infine, vengono forniti i recapiti dei responsabili della ricerca per chiarire dubbi, colmare curiosità o ritirarsi dalla ricerca in qualsiasi momento. I dati di ogni persona sono rintracciabili perché ogni partecipante è associato a un codice personale composto seguendo le indicazioni fornite nel questionario.

Successivamente vi è il blocco dei dati socio-anagrafici in cui il partecipante inserisce genere, età, professione e livello di istruzione. La parte centrale del questionario prevede quattro versioni possibili di un articolo di giornale fittizio (i.e., le condizioni sperimentali), i due item di *manipulation check* e una serie di variabili dipendenti, relative alla testata giornalistica appena letta. Poiché nel consenso pre-esperimento è stata data una motivazione fittizia degli obiettivi della ricerca per non influenzare le risposte dei/delle partecipanti, al termine dell'esperimento nel consenso post informato, era presente un *debriefing* in cui venivano esplicitati i reali obiettivi della ricerca, dando anche ai/alle partecipanti la possibilità di ritirare il loro consenso alla partecipazione.

2.3.1. Descrizione delle variabili dipendenti

Scala delle reazioni compassionevoli verso il target: questa scala si basa sulla definizione di compassione elaborata da Strauss e colleghi (2016) e ha lo scopo di misurare quanto il partecipante riconosce e percepisce la sofferenza del target, ne legittima la sofferenza, sente emotivamente e comprende cognitivamente la sofferenza dell'altra persona e quanto il partecipante è disponibile ad alleviare la sofferenza del target. La presente scala è stata strutturata appositamente per i propositi di questa ricerca. I partecipanti rispondono a ciascuno dei 15 item su una scala Likert a 7 punti dove 1 indica "Per niente" e 7 "Moltissimo". Sono presenti due item reverse, cioè formulati in negativo (n. item 7 e 15).

Scala Moral emotions: questa scala intende misurare quanto il partecipante ha provato ciascuna emozione in riferimento al comportamento del target su una scala Likert da 1 a 7, in cui 1 indica "Per nulla" e 7 indica "Moltissimo". In totale, la scala include una lista di 7 emozioni, tre emozioni positive (Gratitudine, Ammirazione, Gioia) e quattro emozioni negative (Disprezzo, Rabbia, Disgusto, Dispiacere). Come per la scala delle reazioni compassionevoli, anche la presente lista di emozioni è stata sviluppata appositamente per i propositi dello studio, partendo dalla letteratura scientifica sulle emozioni morali (Locklear & Folger, 2020; Thomson, & Siegel, 2017; Algoe, & Haidt, 2009; Turner, & Stets, 2006; Szekely, & Miu, 2015).

3. ANALISI DEI DATI

Tutte le analisi statistiche sono state effettuate con il software R (R Core Team, 2021). Per ricodificare le variabili nei casi in cui l'item fosse formulato in forma negativa è stato usato il pacchetto *car* (Fox, & Weisberg 2019). Il pacchetto *psych* (Revelle, 2022) è stato usato per le statistiche descrittive e l'Alpha di Cronbach. Abbiamo utilizzato il pacchetto *sjstats* (Lüdtke, 2021) per calcolare la media, la mediana e la deviazione standard. Per la rappresentazione grafica dei risultati tramite boxplot è stato usato il pacchetto *ggpubr* (Alboukadel Kassambara, 2020). Infine, l'effect size è stato calcolato con il pacchetto *effsize* (Torchiano, 2020).

Prima di tutto è stata verificata l'attendibilità delle scale, cioè il grado di accuratezza e di precisione della scala utilizzata per misurare un dato costruito. Un test è considerato attendibile se i punteggi ottenuti da uno stesso gruppo di soggetti sono coerenti e stabili nel tempo. In questo caso è stato calcolato l'Alpha di Cronbach che verifica quanto gli item della scala sono correlati tra loro. In ambito scientifico un valore dell'Alpha di Cronbach tra 0.70 e 0.95 è ritenuto buono (Tavakol, & Dennick, 2011).

La scala delle reazioni compassionevoli ha un Alpha di .90, valore che indica un'ottima attendibilità. Anche la scala delle emozioni positive presenta un'ottima attendibilità con un Alpha di .82. Al contrario, la scala delle emozioni negative ha un Alpha di 0.55, che è inferiore alla soglia ritenuta di cut-off per l'Alpha di Cronbach.

3.1. Testare la prima domanda di ricerca

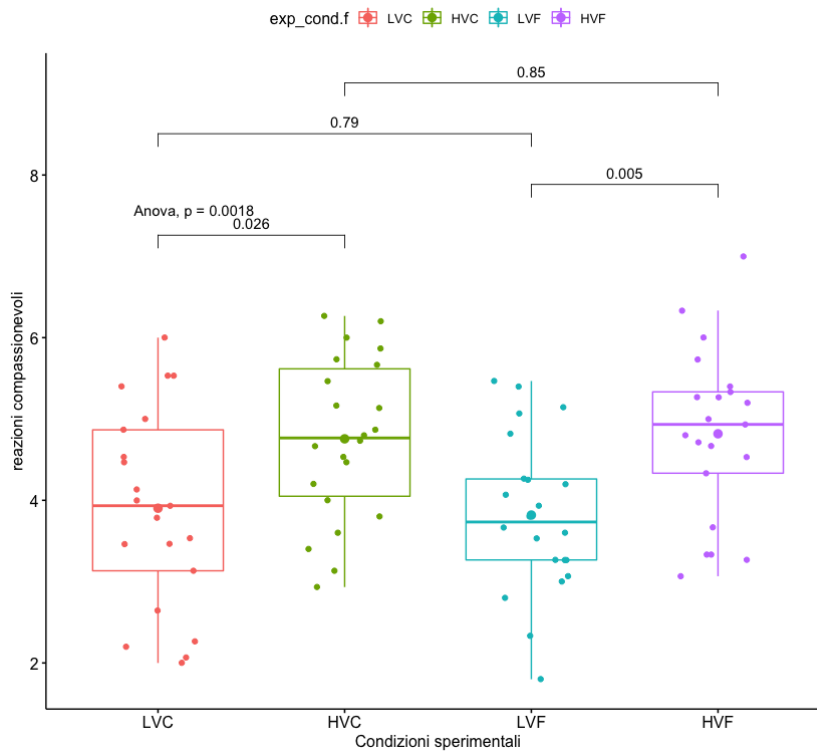
La prima domanda di ricerca vuole verificare se le caratteristiche del target, intese come comportamento positivo o negativo, in condizioni in cui è saliente una norma di *Care* o di *Fairness*, influenzano le reazioni compassionevoli dei/delle partecipanti e le emozioni positive e negative nei confronti del target.

Questi tre elementi sono le variabili dipendenti dello studio e sono stati analizzati separatamente. Per prima cosa abbiamo voluto verificare se ci fosse una differenza tra le condizioni sperimentali nelle reazioni compassionevoli espresse dai/dalle partecipanti per

il target in stato di sofferenza. Abbiamo quindi effettuato un'ANOVA ad una via aspettandoci di trovare una differenza tra le condizioni in cui il target si comporta positivamente (condizioni di *High Valuing*) e quelle in cui si comporta negativamente (condizioni di *Low Valuing*), in accordo con gli studi precedenti (Lucarini et al., *unpublished*). L'ANOVA ad una via è una tecnica di analisi dei dati che consente di verificare le differenze tra le medie di una variabile, in questo caso le reazioni compassionevoli, per due o più gruppi. Se il valore del *p*-value è minore di .05 significa che c'è una differenza significativa nelle medie dei gruppi presi in esame. Per brevità e chiarezza si utilizzeranno degli acronimi per riferirsi alle quattro condizioni: HVC (*High Valuing Care*), LVC (*Low Valuing Care*), HVF (*High Valuing Fairness*), LVF (*Low Valuing Fairness*). I risultati dell'ANOVA evidenziano come ci siano differenze nelle quattro condizioni sperimentali per le reazioni compassionevoli verso il target: $F(3,82) = 5.47; p < .01$ ($M_{HVC} = 4.76, SD_{HVC} = 1.00; M_{LVC} = 3.90, SD_{LVC} = 1.23; M_{HVF} = 4.82, SD_{HVF} = 1.05; M_{LVF} = 3.82, SD_{LVF} = 0.97$).

Il risultato dell'ANOVA, tuttavia, non specifica tra quali condizioni ci sia una differenza significativa tra le medie, per cui sono stati svolti dei T-test che permettono di comparare tutte le coppie di gruppi possibili per determinare tra quali condizioni sperimentali vi sia una differenza significativa tra le medie. Sono stati usati i boxplot per rappresentare il confronto tra le condizioni sperimentali ottenuto tramite T-test. I boxplot rappresentano anche la distribuzione dei partecipanti in ogni condizione e le medie (Figura 1). I risultati mostrano che vi è una differenza significativa tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *High Valuing Care* ($p < .05$) e tra le condizioni di *Low Valuing Fairness* e *High Valuing Fairness* ($p < .01$). I partecipanti assegnati alle condizioni di *Low Valuing* riportano livelli più bassi di reazioni compassionevoli verso il target in stato di sofferenza rispetto alle rispettive condizioni di *High Valuing*, confermando la nostra ipotesi.

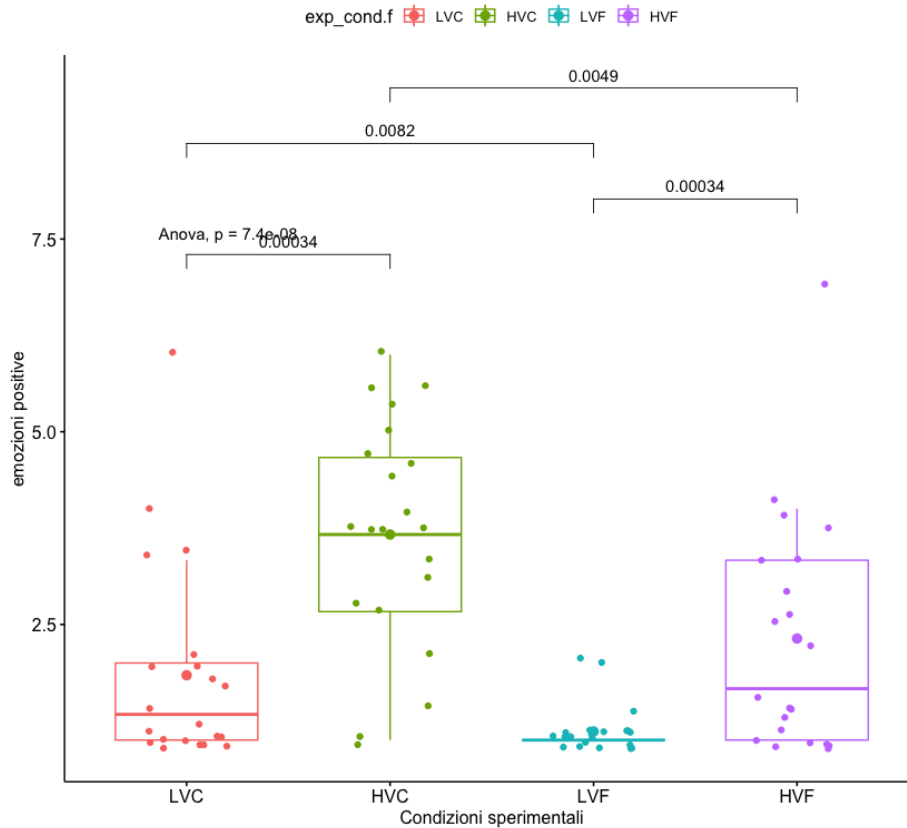
Figura 1. *Boxplot delle reazioni compassionevoli.*



Successivamente abbiamo verificato se ci fosse una differenza tra le condizioni sperimentali nelle emozioni positive espresse dai/dalle partecipanti per il target. Abbiamo, quindi, effettuato un'ANOVA ad una via, aspettandoci di trovare una differenza tra le condizioni di *High Valuing* e di *Low Valuing* in accordo con la letteratura precedente, secondo cui di fronte a un comportamento virtuoso vengono provate emozioni positive (Locklear, & Folger, 2020; Haidt, 2003; Algoe, & Haidt, 2009). I risultati dell'ANOVA evidenziano come ci siano differenze tra le quattro condizioni sperimentali per le emozioni positive per il target: $F(3,80) = 15.06$; $p < .001$ ($M_{HVC} = 2.31$, $SD_{HVC} = 0.76$; $M_{LVC} = 2.88$, $SD_{LVC} = 1.41$; $M_{HVF} = 2.48$, $SD_{HVF} = 1.35$; $M_{LVF} = 2.88$, $SD_{LVF} = 0.99$). I confronti a coppie tramite T-test (Figura 2) rivelano che c'è una differenza significativa in tutte e quattro le condizioni: tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *High Valuing Care* ($p < .001$), tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *Low Valuing Fairness* ($p < .01$), tra le condizioni di *High Valuing Care* e *High Valuing Fairness* ($p < .01$), tra le condizioni di *Low Valuing Fairness* e *High Valuing Fairness* ($p < .001$). I risultati supportano la nostra ipotesi secondo cui il comportamento negativo di un target elicitava un livello minore di emozioni positive. Inoltre è emerso come il grado di emozioni

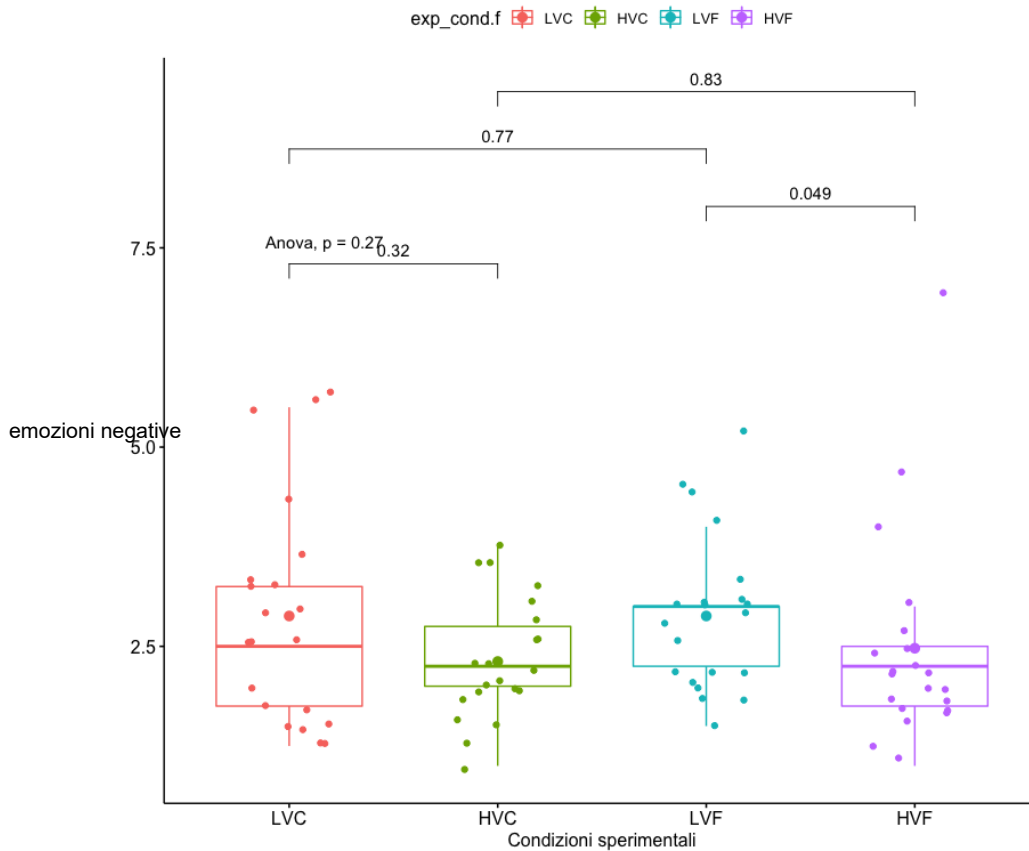
positive sperimentate vari anche in funzione della norma morale resa saliente nella condizione.

Figura 2. *Boxplot delle emozioni positive.*



In seguito abbiamo verificato se ci fosse una differenza tra le condizioni sperimentali nelle emozioni negative espresse dai/dalle partecipanti per il target. Abbiamo, quindi, effettuato un'ANOVA ad una via, aspettandoci di trovare una differenza tra le condizioni di *High Valuing* e di *Low Valuing* in accordo con la letteratura, secondo cui le emozioni negative vengono provate di fronte a comportamenti scorretti (Locklear, & Folger, 2020; Rozin et al., 1999). I risultati dell'ANOVA mostrano che non ci sono differenze significative tra le quattro condizioni: $F(3,80) = 1.32$; $p = >.05$ ($M_{HVC} = 2.31$, $SD_{HVC} = 0.76$; $M_{LVC} = 2.88$, $SD_{LVC} = 1.41$; $M_{HVF} = 2.48$, $SD_{HVF} = 1.35$; $M_{LVF} = 2.88$, $SD_{LVF} = 0.99$). Di seguito è riportata la rappresentazione grafica dei risultati dei T-test a coppie (Figura 3). È presente solo una differenza significativa tra le condizioni di *Low Valuing Fairness* e *High Valuing Fairness* ($p = .049$) e non vi sono differenze statisticamente significative tra le altre condizioni.

Figura 3. *Boxplot delle emozioni negative.*



3.2. Testare la seconda domanda di ricerca

La seconda domanda di ricerca si propone di testare se ci siano differenze di genere tra i/le partecipanti nelle reazioni compassionevoli, e nelle emozioni positive e negative espresse per il target. Nuovamente, l'analisi dei dati è stata svolta separatamente sulle tre variabili dipendenti. È stato usato il T-test con la correzione di Welch per verificare se sia presente una differenza significativa tra il campione di uomini e di donne nelle variabili sopra elencate. I due partecipanti non-binari sono stati esclusi dalle analisi perché il numero era troppo esiguo per svolgere un'analisi statistica.

Come prima ipotesi ci si aspettava che le donne mostrassero più reazioni compassionevoli degli uomini, in accordo con la letteratura (Pommier, 2010; Neff, & Pommier, 2013; Gu et al., 2020). Il risultato del T-test mostra che non c'è una differenza significativa tra partecipanti uomini ($M_M = 4.05$, $SD_M = 1.04$) e donne ($M_F = 4.42$, $SD_F = 1.18$), $t(1.50) = 60.71$, $p = 0.14$.

Secondariamente, avevamo ipotizzato che le donne esprimessero più emozioni positive rispetto agli uomini, in accordo con i precedenti studi (LaFrance et al., 2003). Il risultato del T-test, tuttavia, ci dice che non c'è una differenza significativa tra partecipanti uomini ($M_M = 2.43$, $SD_M = 1.56$) e donne ($M_F = 2.14$, $SD_F = 1.58$), $t(-0.80) = 55.21$, $p = 0.43$.

Infine, avevamo ipotizzato che gli uomini riportassero più emozioni negative che le donne, in accordo con precedenti studi (Simpson, & Stroh, 2004). Il risultato del T-test ci dice che c'è una differenza significativa tra partecipanti uomini ($M_M = 2.25$, $SD_M = 0.69$) e donne ($M_F = 2.84$, $SD_F = 1.29$), $t(2.70) = 79.86$, $p < .01$ in senso contrario a quello ipotizzato, con le donne che hanno dichiarato di aver provato più emozioni negative degli uomini. Avendo trovato una differenza significativa abbiamo calcolato anche il d di Cohen, per valutare la grandezza dell'effetto ottenuto. Il d di Cohen è (in valore assoluto) uguale a 0.53 ed indica un effetto medio.

3.3. Discussione dei risultati, limiti e sviluppi futuri della ricerca

Lo studio prevedeva una manipolazione sperimentale con lo scopo di influenzare i partecipanti nel valutare positivamente (*High Valuing*) o negativamente (*Low Valuing*) il target sofferente, creando quattro scenari diversi in cui il target o si comporta positivamente, cioè adotta un comportamento in linea con la norma di *Care* oppure di *Fairness*, o si comporta negativamente violando una delle due norme appena citate.

Per prima cosa abbiamo ipotizzato che le reazioni compassionevoli siano minori nelle condizioni di *Low Valuing* rispetto a quelle di *High Valuing*, basandoci sulla letteratura precedente (Batson, 2007; Lucarini et al., *unpublished*). I dati confermano la prima ipotesi suggerendo che il comportamento del target sia più importante nell'influenzare le reazioni compassionevoli rispetto al tipo di norma morale saliente nella situazione. Infatti, come si evince dai T-test e in linea con quanto ci si aspettava, non è emersa alcuna differenza significativa tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *Fairness*, né tra le condizioni di *High Valuing Care* e *Fairness*.

Anche per le emozioni positive ci aspettavamo un effetto del comportamento del target. I risultati ottenuti tramite T-test sostengono la nostra ipotesi riportando una differenza significativa tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *High Valuing Care* e tra le

condizioni di *Low Valuing Fairness* e *High Valuing Fairness*, indicando che il comportamento del target influenza le emozioni positive provate. È emersa, però, anche una differenza significativa nel confronto tra le condizioni di *High Valuing Care* e *High Valuing Fairness* e tra le condizioni di *Low Valuing Care* e *Low Valuing Fairness*, indicando che ci sono differenze nel grado di emozioni positive provate anche in base alla norma morale resa saliente. Nel primo caso la condizione di *High Valuing Care* elicitava più emozioni positive rispetto a quella di *High Valuing Fairness*. Questo risultato potrebbe essere spiegato alla luce del fatto che tra le emozioni testate vi è la gratitudine, che è un'emozione provata quando la persona sente di aver beneficiato dell'azione volontaria di un altro individuo che ha fatto qualcosa di buono per il singolo o per la comunità (Locklear, & Folger, 2020). In questo caso la gratitudine può essere maggiormente elicitata nella condizione di *High Valuing Care* in cui il target e la sua ditta si offrono di ristrutturare una cooperativa sociale pro bono, un'azione che ha un risvolto positivo sulla società. La condizione *High Valuing Fairness* ha comunque una media significativamente più alta rispetto a quella delle due condizioni *Low Valuing*. Basandoci su questo risultato e sul fatto che la violazione della norma di *Care* può essere percepita come una minaccia per sé o per le persone significative (Curti et al., 2022), ci si sarebbe potuti aspettare che la condizione di *Low Valuing Care* elicitasse meno emozioni positive rispetto a quella di *Low Valuing Fairness*, cosa che non è stata supportata dai dati. Future ricerche potrebbero approfondire questo punto utilizzando un campione più ampio.

Riguardo alle emozioni negative ci aspettavamo una differenza significativa tra le condizioni di *Low Valuing* e *High Valuing*. I risultati dell'ANOVA ad una via non hanno supportato le nostre ipotesi, in quanto il risultato dell'ANOVA non era significativo. L'analisi del T-test, tuttavia, indica comunque una lievissima differenza significativa tra *Low Valuing Fairness* e *High Valuing Fairness* ($p = .049$) che potrebbe essere dovuta al fatto che nella condizione *Low Valuing Fairness* il target commette un'azione illegale che può generare emozioni negative come rabbia o disprezzo, mentre nella condizione di *High Valuing Fairness* si comporta onestamente. In generale le medie di tutte e quattro le condizioni sono sotto il punto medio della scala, indicando un basso livello di emozioni negative provate per il target. Una possibile spiegazione è che i partecipanti siano stati ricettivi verso il target, mettendo al primo posto la sua sofferenza piuttosto che focalizzarsi sulle sue azioni e, pertanto, abbiano provato meno emozioni negative. Inoltre,

bisogna tenere in considerazione che la scala delle emozioni negative ha riportato un Alpha di Cronbach inferiore alla soglia ritenuta di cut-off per cui il presente risultato potrebbe essere in parte dovuto anche a un limite della scala nel misurare il costrutto di interesse. Un Alpha sotto la soglia di cut-off potrebbe essere spiegato dalle emozioni negative scelte per la scala, che sono piuttosto differenti l'una dall'altra perché possono avere origine da situazioni molto diverse. Ad esempio, emozioni come il disprezzo, il disgusto e la rabbia possono essere legate a una dimensione di giudizio negativo nei confronti del comportamento di un'altra persona (Locklear, & Folger, 2020), mentre il dispiacere è legato alla sfera della tristezza ed è probabile che venga provato nei confronti di una persona che trasgredisce delle regole solo nel momento in cui si sta empatizzando o simpatizzando con lei (Turner, & Stets, 2006). Aver incluso queste emozioni in un unico gruppo omogeneo può aver appiattito le caratteristiche delle singole emozioni e quindi può essere considerato un limite di questo studio.

Il secondo obiettivo della ricerca voleva testare se il genere dei partecipanti influenzasse le reazioni compassionevoli, le emozioni positive e le emozioni negative provate verso il target in stato di sofferenza. Basandoci sulla letteratura precedente ci aspettavamo che le donne indicassero di provare più reazioni compassionevoli degli uomini (Pommier, 2010; Neff, & Pommier, 2013; Gu et al., 2020) ma l'analisi dei dati tramite T-test non ha confermato la nostra ipotesi. Inoltre, avevamo ipotizzato che le donne provassero più emozioni positive degli uomini (LaFrance et al., 2003) ma anche in questo caso non è stata trovata una differenza significativa tra i due gruppi. In merito alle emozioni negative avevamo ipotizzato che gli uomini indicassero di aver provato più emozioni negative rispetto alle donne, in quanto la letteratura riporta che gli uomini si controllano nell'espressione delle emozioni positive ma è socialmente accettato che esprimano emozioni negative (Archer, 2004; Simpson, & Stroh, 2004). In questo caso è stata rilevata una differenza significativa nel verso opposto a quello ipotizzato, cioè le donne hanno riportato di aver provato più emozioni negative degli uomini.

Una prima considerazione applicabile ai risultati di tutte e tre le variabili dipendenti riguarda le caratteristiche del campione: il numero ristretto di partecipanti e il fatto che il numero di partecipanti maschi ($n = 28$) e femmine ($n = 56$) non sia equilibrato può aver influenzato i risultati. Future ricerche potranno replicare lo studio utilizzando un campione più numeroso e bilanciato. In secondo luogo, da precedenti studi (e.g., Chaplin

et al., 2008) risulta che gli uomini di fronte a uno stimolo emotivo sono attivati a livello fisiologico in maniera simile alle donne. È necessario quindi distinguere tra ciò che significa esperire spontaneamente un'emozione (*Responsiveness*) e ciò che significa esprimerla (*Expressiveness*). Sembrerebbe che le differenze di genere principali risiedano nell'espressione delle emozioni, un aspetto influenzato dai ruoli sociali, dagli stereotipi (Eagly, & Wood, 1991), oltre che dalle regole sociali di ostentazione delle emozioni², tutti aspetti che sono appresi nelle interazioni sociali. Ci si aspetta che le donne nascondano le emozioni negative che possono minacciare le relazioni e che invece esprimano maggiormente emozioni in linea con l'aspetto di cura e di promozione delle relazioni (Zahn-Waxler et al., 2001). Al contrario per gli uomini, almeno nelle culture occidentali, ci si aspetta che mostrino meno emozioni connesse all'idea di debolezza, come possono essere l'ansia e la tristezza, ma sono giustificati nell'esprimere emozioni esternalizzanti come la rabbia, il disprezzo e il disgusto (Chaplin, 2015). Ciò è coerente con l'idea sociale di uomo come indipendente, individualista, assertivo e anche aggressivo, che ha il ruolo di proteggere la famiglia (Brody, 1999). Nell'ambito dei fondamenti morali risulta che le donne sono più attente degli uomini agli ambiti morali di *Care*, *Fairness* e *Purity* (Graham et al., 2011), risultato che sembrerebbe in linea con i ruoli e gli stereotipi di genere. I risultati ottenuti in questa seconda parte dello studio non sono in linea con quanto detto sopra. Oltre allo sbilanciamento del campione e al numero ridotto di partecipanti, un'ulteriore possibile spiegazione è che l'idea di uomo e di donna come ruolo sociale stia piano piano cambiando grazie all'acquisita consapevolezza delle nuove generazioni sugli stereotipi di genere e sulle conseguenze che ne derivano. Proprio per questo può essere che le donne reclutate per questa ricerca siano meno legate al ruolo di cura attribuito tradizionalmente alle donne e che, quindi, non abbiano riportato maggiori reazioni compassionevoli verso il target sofferente. Inoltre, può essere che siano più libere nel mostrare anche le loro emozioni negative e che gli uomini siano più a loro agio nel mostrare le emozioni positive. Questo cambiamento culturale si può vedere anche nella presenza tra i partecipanti di due persone che si identificano come non binarie. Poiché il numero di persone non binarie era esiguo per poterlo confrontare con gli altri due gruppi sono state escluse dall'analisi dei dati. Future ricerche potranno approfondire

² Le regole di ostentazione sono norme sociali prescrittive, che dicono come, quando e dove le emozioni dovrebbero essere sopresse o espresse, e possono essere conformi agli stereotipi di etnia e di genere (Brody, 2000).

la tematica con un numero di partecipanti statisticamente valido di persone non binarie in modo da verificare se ci siano differenze nell'espressione delle emozioni e nelle reazioni compassionevoli.

In generale, un limite strutturale della ricerca è quello di richiedere al partecipante di indicare come si sente nei confronti di un target con cui non ha alcun legame e di cui non conosce altre informazioni oltre a quelle scritte nell'articolo di giornale fittizio. Probabilmente i risultati sarebbero stati diversi se i partecipanti avessero assistito in prima persona alla vicenda del target, in una condizione più ecologica, invece di conoscere la vicenda indirettamente, tramite la lettura di un testo. Anche la scelta del mezzo di comunicazione può essere una variabile estranea da considerare, in quanto l'articolo di giornale ha uno stile comunicativo proprio che potrebbe aver influenzato il livello di coinvolgimento emotivo dei partecipanti.

4. CONCLUSIONI

Può il giudizio positivo o negativo verso il comportamento di una persona in stato di sofferenza influenzare le reazioni compassionevoli e le emozioni provate nei suoi confronti? Il tipo di norma morale (*Care* o *Fairness*) che viene rispettata o violata dal target influisce su ciò che lo spettatore proverà? Ci sono differenze di genere nelle reazioni compassionevoli e nelle emozioni provate verso il target in stato di sofferenza? Il presente studio è stato strutturato sulla base di queste domande. I dati raccolti mostrano che il comportamento del target positivo o negativo sembra incidere sulle reazioni compassionevoli e sulle emozioni positive, anche se per queste ultime sembrano esserci differenze anche sulla base del tipo di norma morale che viene rispettata o violata dal target. Le emozioni negative provate di fronte a un target in stato di sofferenza non sembrano essere influenzate dalle caratteristiche del target. Per finire, non sono emerse differenze significative tra partecipanti uomini e partecipanti donne nelle reazioni compassionevoli e nel provare emozioni positive, mentre vi è una differenza significativa nel provare emozioni negative (le donne hanno provato più emozioni negative rispetto agli uomini).

5. BIBLIOGRAFIA

- Alboukadel Kassambara (2020). ggpubr: 'ggplot2' Based Publication Ready Plots. R package version 0.4.0. <https://CRAN.R-project.org/package=ggpubr>
- Algoe, S. B., & Haidt, J. (2009). Witnessing excellence in action: The 'other-praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration. *The journal of positive psychology, 4*(2), 105-127.
- Allen, J. G., & Haccoun, D. M. (1976). Sex differences in emotionality: A multidimensional approach. *Human Relations, 29*, 711–722.
- Archer, J. (2004). Sex differences in aggression in real-world settings: A meta-analytic review. *Review of General Psychology, 8*, 291–322.
- Barnett, G., & Mann, R. E. (2013). Empathy deficits and sexual offending: A model of obstacles to empathy. *Aggression and violent behavior, 18*(2), 228-239.
- Batson, C. D., Eklund, J. H., Chermok, V. L., Hoyt, J. L., & Ortiz, B. G. (2007). An additional antecedent of empathic concern: valuing the welfare of the person in need. *Journal of personality and social psychology, 93*(1), 65.
- Brebner, J. (2003). Gender and emotions. *Personality and individual differences, 34*(3), 387-394.
- Brody, L. R. (1999). *Gender, emotion, and the family*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brody, L. R. (2000). The socialization of gender differences in emotional expression: Display rules, infant temperament, and differentiation. *Gender and emotion: Social psychological perspectives, 2*(11), 122-137.
- Brody, L. R., & Hall, J. (1993). Gender and emotion. In M. Lewis, & J. Haviland (Eds.), *Handbook of emotion*. New York: Guilford Press.

- Brody, L. R., & Hall, J. A. (2008). Gender and emotion in context. *Handbook of emotions*, 3, 395-408.
- Buck, R. (1984). *The communication of emotion*. New York, NY: The Guilford Press.
- Canary, D., Dindia, K., & Canary, D. J. (2009). *Sex differences and similarities in communication*. Routledge.
- Chaplin, T. M. (2015). Gender and emotion expression: A developmental contextual perspective. *Emotion Review*, 7(1), 14-21.
- Chaplin, T. M., Hong, K. A., Bergquist, K., & Sinha, R. (2008). Gender differences in response to emotional stress: An assessment across subjective, behavioral, and physiological domains and relations to alcohol craving. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 32, 1242–1250.
- CURTI, L. Threat perception and compassionate reactions towards a suffering target: the role of dispositional compassion.
- Dalai Lama (2002). *How to practice: The way to a meaningful life*. New York: Pocket Books.
- Dalai Lama (2005). *Essence of the heart sutra: The Dalai Lama's heart of wisdom teachings*. USA: Wisdom Publications.
- de Hooge, I. E., Mohiyeddini, C., Eysenck, M., & Bauer, S. (2013). Moral emotions and prosocial behaviour: It may be time to change our view of shame and guilt. *Handbook of psychology of emotions: Recent theoretical perspectives and novel empirical findings*, 2, 255-276.
- DeSteno, D. (2015). Compassion and altruism: How our minds determine who is worthy of help. *Current opinion in behavioral sciences*, 3, 80-83.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. E. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276–302

- Eagly, A. H., & Wood, W. (1991). Explaining sex differences in social behavior: a meta-analytic perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 306–315.
- Gilbert, P. (2010). *The compassionate mind*. London: Constable & Robinson Ltd.
- Gilligan, C. (1993). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Goetz, J. L., Keltner, D., & Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: an evolutionary analysis and empirical review. *Psychological bulletin*, 136(3), 351.
- Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of personality and social psychology*, 101(2), 366.
- Gu, J., Baer, R., Cavanagh, K., Kuyken, W., & Strauss, C. (2020). Development and psychometric properties of the Sussex-Oxford compassion scales (SOCS). *Assessment*, 27(1), 3-20.
- Haidt, J. (2003). The moral emotions.
- Haidt, J., & Joseph, C. (2004, Fall). Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 55 – 66.
- Haidt, J., & Kesebir, S. (2010). Morality.
- Henje, E., Rindestig, F. C., Gilbert, P., & Denhag, I. (2020). Psychometric validity of the Compassionate Engagement and Action Scale for Adolescents: a Swedish version. *Scandinavian Journal of Child and Adolescent Psychiatry and Psychology*.
- Hoffman, M. L. (1981). Is altruism part of human nature? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 121–137.
- Hofmann, W., Wisneski, D. C., Brandt, M. J., & Skitka, L. J. (2014). Morality in everyday life. *Science*, 345(6202), 1340-1343.

- John Fox and Sanford Weisberg (2019). An {R} Companion to Applied Regression, Third Edition. Thousand Oaks CA: Sage. URL: <https://socialsciences.mcmaster.ca/jfox/Books/Companion/>
- Kanov, J. M., Maitlis, S., Worline, M. C., Dutton, J. E., Frost, P. J., & Lilius, J. M. (2004). Compassion in organizational life. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 808-827.
- Klimecki, O. M., Leiberg, S., Lamm, C., & Singer, T. (2013). Functional neural plasticity and associated changes in positive affect after compassion training. *Cerebral cortex*, 23(7), 1552-1561.
- Klimecki, O.M., Leiberg, S., Ricard, M., & Singer, T. (2014). Differential pattern of functional brain plasticity after compassion and empathy training. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 9(6), 873–879.
- LaFrance, M., Hecht, M. A., & Paluck, E. L. (2003). The contingent smile: a meta-analysis of sex differences in smiling. *Psychological bulletin*, 129(2), 305.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Oxford: Oxford University Press.
- Locklear, L. R., & Folger, R. (2020). 34 Other-Focused Emotion Triads. *The Cambridge Handbook of Workplace Affect*, 452.
- Lüdecke D (2021). *sjstats: Statistical Functions for Regression Models (Version 0.18.1)*. doi: [10.5281/zenodo.1284472](https://doi.org/10.5281/zenodo.1284472), <https://CRAN.R-project.org/package=sjstats>.
- Myers, D. G. (1993). *The pursuit of happiness*. London: Aquarian Press.
- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85–101.
- Neff, K. D., & Pommier, E. (2013). The relationship between self-compassion and other-focused concern among college undergraduates, community adults, and practicing meditators. *Self and identity*, 12(2), 160-176.

- Oveis, C., Horberg, E. J., & Keltner, D. (2010). Compassion, pride, and social intuitions of self-other similarity. *Journal of personality and social psychology, 98*(4), 618.
- Pommier, E. A. (2010). The compassion scale (Doctoral dissertation). *The University of Texas at Austin, Texas, United States.*
- R Core Team (2021). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Revelle, W. (2022) psych: Procedures for Personality and Psychological Research, Northwestern University, Evanston, Illinois, USA, <https://CRAN.R-project.org/package=psych> Version = 2.2.5.
- Rozin, P., Lowery, L., Imada, S., & Haidt, J. (1999). The CAD triad hypothesis: A mapping between three moral emotions (contempt, anger, disgust) and three moral codes (community, autonomy, divinity). *Journal of Personality and Social Psychology, 76*, 574–586.
- Simpson, P. A., & Stroh, L. K. (2004). Gender differences: emotional expression and feelings of personal inauthenticity. *Journal of Applied psychology, 89*(4), 715.
- Sinclair, S., Torres, M. B., Raffin-Bouchal, S., Hack, T. F., McClement, S., Hagen, N. A., & Chochinov, H. M. (2016). Compassion training in healthcare: what are patients' perspectives on training healthcare providers?. *BMC medical education, 16*(1), 1-10.
- Sousa, R., Castilho, P., Vieira, C., Vagos, P., & Rijo, D. (2017). Dimensionality and gender-based measurement invariance of the Compassion Scale in a community sample. *Personality and Individual Differences, 117*, 182-187.
- Sprecher, S., & Fehr, B. (2005). Compassionate love for close others and humanity. *Journal of Social and Personal Relationships, 22*(5), 629–651.

- Stoll-Kleemann, S., Nicolai, S., & Franikowski, P. (2022). Exploring the Moral Challenges of Confronting High-Carbon-Emitting Behavior: The Role of Emotions and Media Coverage. *Sustainability*, 14(10), 5742.
- Strauss, C., Taylor, B. L., Gu, J., Kuyken, W., Baer, R., Jones, F., & Cavanagh, K. (2016). What is compassion and how can we measure it? A review of definitions and measures. *Clinical psychology review*, 47, 15-27.
- Szekely, R. D., & Miu, A. C. (2015). Incidental emotions in moral dilemmas: The influence of emotion regulation. *Cognition and Emotion*, 29(1), 64-75.
- Tangney, June Price, and Rhonda L. Dearing. 2002. *Shame and Guilt*. New York: Guilford.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education*, 2, 53.
- Thomson, A. L., & Siegel, J. T. (2017). Elevation: A review of scholarship on a moral and other-praising emotion. *Journal of Positive Psychology*, 12(6), 628–638.
- Torchiano M (2020). *effsize: Efficient Effect Size Computation*. doi: [10.5281/zenodo.1480624](https://doi.org/10.5281/zenodo.1480624), R package version 0.8.1, <https://CRAN.R-project.org/package=effsize>.
- Turner, J. H., & Stets, J. E. (2006). Moral emotions. In *Handbook of the Sociology of Emotions* (pp. 544-566). Springer, Boston, MA.
- Zahn-Waxler, C., Schiro, K., Robinson, J. L., Emde, R. N., & Schmitz, S. (2001). Empathy and prosocial patterns in young MZ and DZ twins. *Infancy to early childhood: Genetic and environmental influences on developmental change*, 141-162.
- Zeelenberg, M., Breugelmans, S. M., & De Hooge, I. E. (2012). Moral sentiments: A behavioral economics approach. In A. Innocentie & A. Sirigu (Eds.), *Neuroscience and the Economics of Decision Making* (pp. 1-25). London: Routledge.