

A R T Y K U Ł Y I R O Z P R A W Y

PAWEŁ MATUSZEWSKI, JACEK BIELIŃSKI
Collegium Civitas

ENTUZJAZM JAKO MOTYWATOR DZIAŁAŃ POMOCOWYCH
WOBEC UCHODźCÓW Z UKRAINY:
ANALIZA ZWIĄZKU MIĘDZY ENTUZJAZMEM A UDZIELANIEM
POMOCY W MODELU EMOCJONALNEGO WYBORU

„Idea dobra połączona z afektem nazywa się entuzjazmem. Ten stan umysłu zdaje się być tak dalece wzniosłym, że zazwyczaj powiada się, iż bez niego nie da się nic wielkiego dokonać”.

Immanuel Kant, *Krytyka władzy sądzienia*

WPROWADZENIE

Według danych UNCHR (Ukraine Refugee Situation, 2022) od ataku Rosji na Ukrainę 24 lutego do 19 kwietnia 2022 r. blisko trzy miliony uchodźców z Ukrainy przekroczyło granicę z Polską. W pierwszych tygodniach po wybuchu wojny w polskich mediach masowych i społecznościowych tematowi wojny nieodłącznie towarzyszył temat altruizmu Polaków wobec ukraińskich obywateli uciekających przed wojną. Pojawiały się doniesienia na temat organizowania zbiórek pieniędzy i pomocy rzeczowej, zapewniania miejsc noclegowych, organizowania pomocy podczas przyjmowania uchodźców na dworcach itp. Ponadto 88% dorosłych Polaków wskazywało, że śledziło uważnie wydarzenia związane z sytuacją na Ukrainie (Feliksiak, Roguska 2022). Częste przekazywanie informacji na temat

tych działań i omawianie ich w pozytywnym tonie prawdopodobnie stworzyło normę deskryptywną, to jest przekonanie dotyczące dominującego sposobu postępowania (Cialdini, Goldstein 2004; Keizer, Lindenberg, Steg 2008). Z tego względu można się spodziewać, że w badaniach opinii respondentów nadmiernie deklarowali udzielanie pomocy (wystąpił tzw. efekt oczekiwania społecznych; Matuszewski 2015). Jednak nawet przy założeniu, że konieczna jest taka korekta, wyniki badań społecznych wskazują, że zachowania altruistyczne były podejmowane bądź popierane przez znaczną część polskiego społeczeństwa. Według danych CBOS z badania przeprowadzonego na przełomie marca i kwietnia (Feliksiak 2022) 82% badanych uważało, że Polacy mają pozytywne nastawienie do uchodźców z Ukrainy, a 63% zadeklarowało, że sami lub ktoś z ich gospodarstwa domowego dobrowolnie i nieodpłatnie pomagał takim uchodźcom. Odsetek osób odpowiadających twierdząco na pytanie o to, czy Polska powinna przyjmować ukraińskich uchodźców z terenów objętych konfliktem, wzrósł między czerwcem 2018 roku a marcem 2022 z 56% do 94% (Feliksiak, Roguska 2022). Wyniki te są spójne z badaniami GUS, przeprowadzonymi na próbie 21,9 tys. osób, które stwierdzają wyraźny wzrost zaangażowania w pracę wolontariacką na przełomie lutego i marca tego roku (GUS 2022).

Obserwowana powszechność działań pomocowych po rosyjskiej agresji na Ukrainę w lutym 2022 roku stwarza unikalną sytuację badawczą. Wybuch wojny niewątpliwie zdestabilizował sytuację społeczną w Polsce, czemu towarzyszyły różnego rodzaju emocje, takie jak strach, smutek czy gniew. Celem naszym jest zbadanie, w jaki sposób jedna z takich emocji — entuzjazm — wiązała się z udzielaniem pomocy uchodźcom.

O ile działania pomocowe stanowią ważny przedmiot badań nauk społecznych, o tyle niezmiernie rzadko zdarzają się okoliczności, które pozwalają badać ich spontaniczne zrywy. Skupiamy się tu na entuzjazmie, ponieważ wydaje się, że jest to dość szczególny element takich działań. Entuzjazm jest często obserwowany w historycznych momentach, takich jak rewolucja francuska, amerykańska wojna o niepodległość, powstania niepodległościowe, powstanie Solidarności czy obalenie muru berlińskiego. Wydaje się, że jest jedną z nielicznych, a być może jedyną pozytywną emocją mobilizującą do działań politycznych (Elster 2021; Marcus, Mackuen 1993). Jednak mimo że może mieć kluczowy wpływ na działania jednostek, jest rzadko badany i raczej mało obecny w dyskusji teoretycznej, między innymi ze względu na specyficzne warunki, w których powstaje (Elster 2015).

Entuzjazm pojawia się i rozprzestrzenia w zbiorowościach, co oznacza, że jest zjawiskiem społecznym i może być z powodzeniem stosowany do wyjaśniania innych zjawisk społecznych. Z perspektywy działań po-

emocjonalne znaczenie może mieć również temporalność tej emocji. Nie są nam znane badania, które ukazywałyby, czy natężenie entuzjazmu spada liniowo, czy też jest to wypukły albo wklęsły trend krzywoliniowy. Potoczne obserwacje wskazują jednak, że spadkowi entuzjazmu towarzyszy spadek zaangażowania w działania pomocowe. Między marcem a styczniem 2023 roku odsetek osób uważających, że Polska powinna przyjmować ukraińskich uchodźców z terenów objętych konfliktem, spadł z 94% do 78%, deklarujących pomoc uchodźcom (własną lub kogoś z gospodarstwa domowego) spadł z 63% do 41%, a przekonanych, że pomoc Polski wobec uchodźców jest zbyt duża, wzrósł z 18% do 22% (w grudniu 2022 r. było to jednak 29%; Scovil 2023).

Celem badania było udzielenie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

— PB1. Czy istnieje związek między entuzjazmem a udzielaniem pomocy uchodźcom z Ukrainy oraz jaki jest jego kierunek i siła?

— PB2. W jaki sposób przekonania i postawy dotyczące imigracji, Ukraińców, zachowań pomocowych otoczenia i ekspozycja na informacje o sytuacji na Ukrainie i uchodźcach wiążą się z entuzjazmem i udzielaniem pomocy uchodźcom z Ukrainy?

Spodziewaliśmy się, że (H1) istnieje silny pozytywny związek między entuzjazmem a udzieleniem pomocy uchodźcom. Ponadto, że (H2) kognicje, które sprzyjają podejmowaniu działań pomocowych, jednocześnie są pozytywnie związane z entuzjazmem. Pojawienie się entuzjazmu dodatkowo substancjalnie zwiększa szanse udzielenia pomocy uchodźcom.

Nasze badania pozwalają na wypełnienie kilku luk w dotychczasowej wiedzy socjologicznej. Po pierwsze, poprzez analizę związku między entuzjazmem a działaniami pomocowymi wypełniona zostanie luka empiryczna. Według naszej wiedzy nie ma prac, które podejmowałyby taką problematykę. Po drugie, entuzjazm sam w sobie jest rzadko przedmiotem analiz w socjologii. Poprzez konceptualizację i operacjonalizację pojęcia wypełniamy lukę metodologiczną. Po trzecie, niewiele prac dotyczy teoretycznego znaczenia entuzjazmu w modelach działania. Sprawdzamy, jaka jest jego rola w kontekście innych zmiennych.

PERSPEKTYWA TEORETYCZNA

Definicja entuzjazmu

Pojęcie entuzjazmu ma wiele definicji w obrębie nauk społecznych, używane jest również w języku potocznym, w takich sformułowaniach jak:

„przyjęła to z entuzjazmem”, „jestem entuzjastycznie nastawiony do...”, „tłum był rozentuzjasmowany”, „wykonał to z dużym entuzjazmem” itp. Jest zatem pojęciem nieostrym i z tego względu kluczowa staje się jego konceptualizacja i konkretyzacja.

Potoczne rozumienie entuzjazmu w zasadzie zrównuje go z wysokim poziomem zadowolenia, szczęścia lub emocjonalnego zaangażowania¹. Taki sposób definiowania jest również obecny w literaturze naukowej i na tej podstawie tworzone są definicje operacyjne (Keller i in. 2016; Kunter i in. 2011; Punia, Bala 2021; Turner 2000). Według Ralpa Greensona (1962, s. 3):

„Entuzjazm jest szczęśliwym i radosnym stanem umysłu. [...] Entuzjazm ma w sobie coś z euforii i działania manii, i jest oczywiście różny od błogich i spokojnych uniesień. Entuzjasmowi towarzyszy aura ekstrawagancji i ekspansywności — gotowość do używania superlatywów. Entuzjastyczna osoba nie czuje się dobrze, ani nawet bardzo dobrze, ale wspaniale — w zasadzie „najwspanialej”. Jest w tym poczucie żywiołowości, bogactwa, obfitości szczęścia; jednak w tym wszystkim istnieje pewna świadomość, że się przesadza; ale jest to przyjemne i niechętnie się z tego rezygnuje”.

Entuzjazm jest w tym przypadku czymś, co jest okazywane (np. przez nauczyciela) i doświadczane (np. przez ucznia). W efekcie wywiera wpływ na tego, kto go doświadcza (np. polepsza się absorpcja wiedzy u uczniów). Badania w ramach tego podejścia dotyczą takich kwestii jak wpływ entuzjazmu nauczycieli bądź trenerów na efektywność procesu nauczania (Burić 2019; Keller i in. 2016), zaangażowanie członków rodziny w pomoc bliskim chorym na demencję (Pierce, Lydon, Yang 2001) czy działania innowacyjne przedsiębiorstw (Bai, Wang, Wang 2022). Nie negujemy tego podejścia, jednak uważamy, że jest ono zbyt uproszczone, aby mogło być użyteczne w analizach działań zbiorowych. Na przykład kibice na meczu mogą intensywnie wyrażać zadowolenie, ale nie jest to ta sama emocja, która występowała przy zaangażowaniu się w pomoc uchodźcom, w powstaniach niepodległościowych, przy obaleniu muru berlińskiego itp. Różnią te emocje zarówno przekonania, które je wyzwalają, a także tendencje do działania, które są ich wynikiem.

Ważnym krokiem przed podjęciem dalszych rozważań jest rozróżnienie między entuzjazmem obserwatora i entuzjazmem podmiotu działającego. W pierwszym przypadku warunkiem wstępnym entuzjazmu może być podziw wobec czegoś lub kogoś. Obserwowanie działań podmiotu da-

¹ Zob. hasło „Entuzjazm” w *Słowniku języka polskiego* (<https://sjp.pwn.pl/slovníki/entuzjazm.htm>).

zonego podziwem, zgodnych ze zinternalizowanymi przekonaniemii normatywnymi, może wywołać omawianą emocję i uruchomić tendencję do działania zmierzającego do wyrażenia podziwu nawet za cenę osobistych strat, na przykład gdy za poparcie opozycyjnych demonstracji w krajach autorytarnych grozi więzienie (Elster 2021). Nie jest to jednak ten rodzaj entuzjazmu, który nas interesuje. Jest nim w zasadzie odwrotność tej sytuacji. Mianowicie skupiamy się na działaniach podmiotu, które prowadzą do wyzwolenia podziwu u innych. Omówmy zatem warunki konieczne i wystarczające pozwalające na zidentyfikowanie entuzjazmu.

Punktem wyjścia do zdefiniowania entuzjazmu jest myśl Immanuela Kanta zawarta w *Krytyce władzy sądzienia*:

„Idea dobra połączona z afektem nazywa się entuzjazmem. Ten stan umysłu zdaje się być tak dalece wzniosłym, że zazwyczaj powiada się, iż bez niego nie da się nic wielkiego dokonać. Atoli każdy afekt jest ślepy bądź w wyborze swego celu, bądź — o ile cel został również wytknięty przez rozum — w jego realizacji; afekt bowiem jest tym poruszeniem umysłu, które czyni go niezdolnym do swobodnego rozważania zasad, by stosownie do nich siebie determinować” (Kant 2004, s. 176).

W pierwszym zdaniu Kant łączy emocję z ideą dobra. Entuzjazm jest zatem wyzwalany przez szczególną kognicję — przekonanie o słuszności swoich działań. Działania motywowane entuzjazmem, który Kant wprost nazywa afektem, są działaniami emocjonalnymi, choć u ich podłoża leżą przekonania normatywne (Boudon 2008; Weber 2002). Ma to konsekwencje, które zauważa Kant i które potwierdzają współczesne badania empiryczne. Wyjście emocji na pierwszy plan w strukturze motywacyjnej prowadzi do wytłumienia interesu własnego oraz kalkulacji zysków i strat (Lindenberg, Steg, 2007). Inaczej mówiąc, działanie zgodne z emocjami jest ważniejsze niż dbanie o osobiste korzyści, a ważnemu celowi towarzyszy emocjonalny dobór środków (Elster 2021; Greenson 1962). Ponadto działanie to, ze względu na nieracjonalny dobór środków do realizacji celów, może być nieefektywne. Nie ma jednoznacznej oceny efektów działań pod wpływem entuzjazmu. Silnie pozytywnym emocjom mogą towarzyszyć destrukcyjne działania i negatywne efekty tych działań w perspektywie jednostkowej i społecznej.

Przytoczony fragment z *Krytyki władzy sądzienia* wymaga bardziej szczegółowego omówienia. Nie każda emocja wywołana przez przekonanie normatywne jest entuzjazmem. W naszym rozumieniu „idea dobra”, do której odnosi się Kant, jest celem i warunkiem koniecznym wystąpienia entuzjazmu. Inaczej mówiąc, jest on wyzwalany przez przekonanie, że istnieje cel, który jest słuszny i dobry. Motywacja do realizacji tego celu nie może być

zewnątrzna, ponieważ jednostka przymuszona do określonych działań nie będzie odczuwała entuzjazmu. Warunkiem koniecznym do jego pojawienia się jest zatem też wolność wyboru (Frierson, Guyer 2011).

W literaturze poświęconej entuzjazmowi ważnym wątkiem jest jego społeczny charakter. Ma to podwójne znaczenie. Po pierwsze, entuzjazm dotyczy celów wykraczających poza interes własny jednostki — jest związany z działaniem dla wspólnego dobra. Po drugie, entuzjazm jest zaraźliwy — rozprzestrzenia się między ludźmi (Fenves 1997; Poggi 2007). Ludzie odczuwający entuzjazm czują się dobrze i chcą się dzielić tą emocją z innymi (Greenson 1962). Po trzecie, wspólne przeżywanie entuzjazmu wynikające z podzielenia wartości (w danej chwili) może zbliżać ludzi i wytwarzać poczucie przynależności do grupy (Geoghegan 2013). Po czwarte, entuzjazm „karmi się podziwem ze strony innych” (Elster 2021, s. 18–19). Jon Elster (2021) sugeruje, że być może istnieje związek między entuzjazmem jednostki a publicznie okazywanym i podkreślanym brakiem interesu własnego w podejmowanych działaniach. Podziw, który takie działanie wywołuje wśród innych, może być nawet silniejszą motywacją do działania niż dążenie do wspólnego dobra. Podobną obserwacją, lecz z perspektywy psychologii, dzieli się Greenson (1962). Wskazuje, że entuzjazm łączy jednostkę z wyidealizowanym celem. W ten sposób entuzjazm prowadzi do poprawienia obrazu własnego Ja i cel, który jest z nim związany, staje się elementem tożsamości indywidualnej (np. Ja-wolontariusz). Z kolei utrzymanie tego obrazu wymaga potwierdzenia ze strony innych — a więc dzielenia się entuzjazmem i szukania wyrazów poparcia w otoczeniu.

Ostatnim wątkiem, który warto poruszyć, zwłaszcza omawiając pomoc uchodźcom, jest efekt kontekstu, w którym rodzi się entuzjazm. Wśród autorów przeanalizowanej literatury jedynie Greenson (1962) zwrócił na to uwagę. Z jego punktu widzenia entuzjazm jest miłą odmianą dla codzienności. Ma to jednak szczególne znaczenie, gdy okoliczności są trudne. W takiej sytuacji część radości, która towarzyszy entuzjazmowi, może wynikać z zaprzeczenia albo przeciwstawienia się czemuś bolesnemu. Entuzjazm pozwala wyprzeć lub też oddalić od siebie na przykład tragizm wojny, który jest przyczyną uchodźstwa. Taka percepcyjna wybiórczość, podkreślająca dobre aspekty sytuacji i ignorująca złe, intensyfikuje entuzjazm. Mechanizm może mieć też jednak charakter eskapistyczny, co sugeruje, że zbiór przekonań prowadzących do entuzjazmu może układać się w złożone konfiguracje i być na przykład związany z obawami lub gniewem (Elster 2021).

Podsumowując, entuzjazm jest silną pozytywną i aktywizującą emocją. Jej źródłem jest przekonanie o istnieniu ważnego celu, który jest ce-

niony społecznie. Orientacja jednostki na ten cel wywołuje uznanie ze strony otoczenia, co z jednej strony sprzyja temu, aby okazywać entuzjazm i otrzymywać pozytywne informacje zwrotne, lecz również same informacje zwrotne podtrzymują tę emocję. Działanie jednostki jest bezinteresowne: „Powracającą cechą entuzjazmu jest poświęcenie własnego interesu albo przez wystawienie się na fizyczne niebezpieczeństwo, albo przez wyrzeczenie się dochodów, własności i przywilejów” (Elster 2021, s. 67). Wiąże się z tym nieracjonalny dobór środków do realizacji celów i nieracjonalna ocena faktów, przy czym entuzjazm, tak jak inne emocje, zanika w czasie. W rezultacie możliwe, że decyzje podejmowane pod wpływem entuzjazmu będą oceniane inaczej po jego wygaśnięciu i nastąpi zmiana preferencji działania. Towarzyszy mu nieumiejętność oceny długofalowych konsekwencji swoich działań (Loewenstein, Schkade 1999).

Entuzjazm a działania altruistyczne

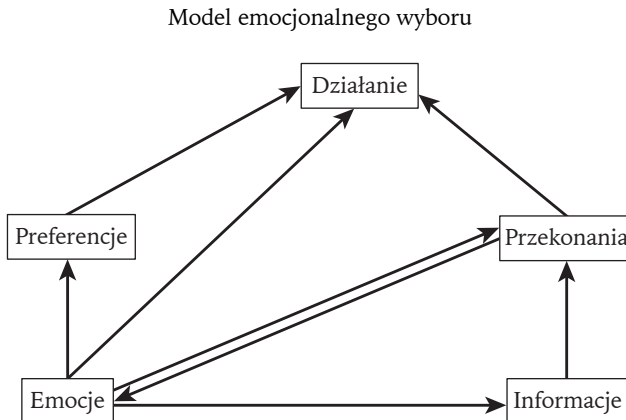
Podejmujemy tu problematykę entuzjazmu w kontekście działań pomocowych na rzecz uchodźców. Z tego względu warto określić relację między działaniami altruistycznymi a naszą konceptualizacją entuzjazmu. Za Marią Ossowską (1947) definiujemy altruizm jako działanie w interesie innych. Istnieją według niej dwa rodzaje altruizmu: silniejszy i słabszy. Silny wariant występuje, gdy istnieje kolizja między interesem innych a interesem własnym i jest ona rozstrzygana na rzecz tego pierwszego. Jednak nie jest to warunek konieczny. Działanie na rzecz interesów innych osób nie przestaje być altruistyczne nawet wtedy, jeśli się na tym nie traci. Jest to zdaniem Ossowskiej jedynie jego słabsza postać. Ponadto kluczowym elementem uznania działań za altruistyczne są stosunki między ludźmi. Altruizm pojawia się tam, gdzie działanie w interesie innych jest nieoczekiwane w ramach łączących ich stosunków. Na przykład raczej nie można powiedzieć o rodzicach, którzy dbają o interes swoich dzieci, że są altruistyczni. Ossowska (1947, s. 72) zauważa, że „w czynie altruistycznym przenosimy stosunki, jakie nas łączą z ludźmi uczuciowo bliskimi, bądź na ludzi, z którymi nie łączą nas żadne węzły emocjonalne, bądź na ludzi, z którymi znajdujemy się w otwartym konflikcie”. Głównym elementem, który łączy entuzjazm i altruizm (w zasadzie tylko jego silniejszą wersję), jest poświęcenie interesu własnego. Jednak altruizm i entuzjazm należą do zupełnie różnych porządków pojęciowych. Altruizm jest działaniem, entuzjazm emocją. Altruizmowi może towarzyszyć entuzjazm, ale nie musi. Entuzjazm może motywować do działań altruistycznych, ale one wcale nie muszą wystąpić, na przykład w obliczu osobistych lub społecznych

ograniczeń (zob. Purwanto, Rostiani 2022). Entuzjazm jedynie określa preferencje działania — nie jest samym działaniem.

Model teoretyczny

Do wyjaśnienia roli emocji, jaką jest entuzjazm w zachowaniach ludzkich, posłużył model emocjonalnego wyboru Jona Elstera (2009). Zgodnie z tą koncepcją podmiot działający podejmuje działanie, które najbardziej odpowiada jego preferencjom i przekonaniom na temat tego, jakie ma opcje do wyboru i jakie są ich konsekwencje. Te ostatnie z kolei zależą od informacji, to jest materiału dowodowego, który je wspiera bądź podważa. Na tym etapie model można byłoby uznać za uproszczony przykład racjonalnego wyboru. To, co go od niego odróżnia, to wprowadzenie emocji i zmiana związków przyczynowo-skutkowych między elementami. W modelu emocjonalnego wyboru zarówno preferencje, działania, przekonania, jak i informacje zależą od emocji. W przypadku przekonań relacja jest dodatkowo dwustronna, to znaczy emocje zależą od przekonań (zob. rysunek 1). Szczegółowy opis tych związków przedstawimy odnosząc się bezpośrednio do entuzjazmu.

Rysunek 1



Źródło: Elster 2009, s. 56.

Wpływ przekonań na entuzjazm

Przekonania, które wywołują entuzjazm, zostały szczegółowo omówione w sekcji poświęconej definicji entuzjazmu. Dlatego w tym miejscu

dokonujemy jedynie podsumowania, które klaruje tę relację. Entuzjazmowi towarzyszy przekonanie, że istnieje bezinteresowny i wyjątkowy cel, któremu należy się poświęcić. Wyjątkowość celu wydaje się ważnym warunkiem. Entuzjazm dotyczy bowiem kwestii, które przełamują codzienną rutynę, a nawet pozwalają uciec od trudnej rzeczywistości (Greenson 1962). W omawianym przykładzie koncentracja na pomocy może być traktowana jako sposób radzenia sobie z informacjami o działaniach rosyjskich wojsk. Drugi warunek dotyczy przekonania o wolności własnych działań. Nawet jeśli cel jest słuszny, to nie wywoła entuzjazmu, jeśli będzie realizowany pod przymusem (Frierson, Guyer 2011). Kolejny warunek to przekonanie, że cel nie tylko jest wyjątkowy i bezinteresowny, ale też społecznie pożądanym i cenionym. Wreszcie, wcześniej nieporuszaną kwestią, a według nas istotną szczególnie dla intensywności przeżywanych emocji, jest przekonanie o konieczności podjęcia działań w danej chwili. W przypadku uchodźców z Ukrainy kwestia pomocy nie mogła być odroczonej w czasie — należało podjąć działanie od razu. Łącznie przekonania te prowadzą do intensywnej, złożonej i pozytywnej emocji, która priorytetyzuje dążenie do realizacji bezinteresownego i transsubiektywnie (tj. zrozumiałego i podobnie definiowanego przez innych, którzy znaleźliby się w takiej samej sytuacji; zob. Boudon 2001) ważnego celu.

Wpływ informacji na przekonania

Powyższe przekonania kształtują się pod wpływem informacji na temat sytuacji uchodźców (potrzeb i stopnia ich zaspokojenia), a także działań innych osób. Można przypuszczać, że sygnały o trudnej sytuacji uchodźców połączone z pozytywnym obrazem pomagających kształtowały przekonania o konieczności działań, ważności celu, a jednocześnie ujmowały działanie jako społecznie cenione. W pierwszych tygodniach po wybuchu wojny był to stały element serwisów informacyjnych i prywatnych rozmów (Feliksiak, Roguska 2022). Oprócz mechanizmu aktualizacji przekonań na podstawie dowodów na temat przedmiotu przekonań (Chater i in. 2010; Elster 2015; Kruglanski, Jasko, Friston 2020) istotny jest również mechanizm kształtowania przekonań pod wpływem informacji o zachowaniach innych. Sposób, w jaki zachowuje się otoczenie, prowadzi do formowania się norm deskryptywnych, to jest przekonań dotyczących tego, jakie zachowania są dominujące bądź typowe, oraz norm preskryptywnych, to jest przekonań dotyczących tego, jakie działania są słuszne, dobre lub społecznie pożądane (Boudon 2008; Cialdini, Goldstein 2004; Heinicke, König-Kersting, Schmidt 2022; Keizer, Lindenberg, Steg 2008).

Wpływ entuzjazmu na przekonania

Wpływ entuzjazmu na przekonania może ujawniać się w mechanizmie redukcji dysonansu poznawczego (Festinger 2007; Harmon-Jones 2012). Bardzo silna emocja, jaką jest entuzjazm, potrzebuje zrównoważenia w przekonaniach, które ją uzasadniają (Kruglanski, Jasko, Friston 2020). Gdy jest ona silniejszym elementem układu, dysonans jest redukowany przez dostosowanie przekonań do emocji. Pojawia się wówczas myślenie życzeniowe i irracjonalny optymizm (Elster 2021), które mają swoje odzwierciedlenie chociażby w przekonaniach na temat konsekwencji działań podejmowanych pod wpływem entuzjazmu.

Rola emocji w przekonaniach na temat konsekwencji własnych działań ujawnia się także w trudności z oceną własnych stanów emocjonalnych w przyszłości (Loewenstein, Schkade 1999). W związku z tym, kiedy emocja już opadnie, jednostki będą postrzegać przyszłe rezultaty swoich działań bardziej instrumentalnie. Warto zwrócić uwagę, że z dużym prawdopodobieństwem dopiero wtedy też ujawnią się realne długofalowe konsekwencje podjętych decyzji.

Zapośredniczony wpływ entuzjazmu na przekonania

Emocje mogą też wpływać na przekonania w sposób zapośredniczony, to jest poprzez oddziaływanie na sposób zbierania informacji. Konsekwencje są dwojakiego rodzaju: stronnicze przekonania i przekonania niskiej jakości.

Odpowiedzialne za to są osobne mechanizmy. Badania wskazują, że jednostki mogą dobierać informacje w taki sposób, aby potwierdzić swoje własne przekonania (Hart i in. 2009). Ta selektywna ekspozycja zachodzi między innymi poprzez redukcowanie dysonansu poznawczego (redukcja dysonansu poznawczego nie jest jedynym mechanizmem prowadzącym do selektywnej ekspozycji; inne mechanizmy omawia szczegółowo Knobloch-Westerwick [2015]). W tym przypadku entuzjazm może prowadzić do wyboru informacji, które będą go podsycać, i unikania lub ignorowania tych, które go będą osłabiać.

Ponadto entuzjazm może prowadzić do wykształcania przekonań niskiej jakości. Działanie pod jego wpływem i presją czasu (potrzeba natychmiastowej pomocy) utrudnia zbieranie szczegółowych informacji z różnych źródeł i ich analizę. Wpływ ten może też być widoczny w formowaniu przekonań na temat konsekwencji podejmowanych działań. Konieczność szybkiego działania redukuje bowiem czas potrzebny do analizy długofalo-

wych skutków bieżących decyzji i tym samym decyduje o słabym wpływie tak wykształconych przekonań na podejmowane działania. W ten sposób jednostka niejako z konieczności uwzględnia przede wszystkim natychmiastowe rezultaty swojego działania.

Wpływ entuzjazmu na preferencje

Za Elsterem (2009) rozróżniamy dwa rodzaje preferencji: substancywne i formalne. W obu przypadkach traktujemy preferencje jako tendencje do podejmowania określonych działań (dyspozycje do wyboru jednej opcji spośród innych), które mogą, ale nie muszą zrealizować się w działaniu (Freese 2009). Preferencje substancywne dotyczą przedmiotu działania. W omawianym przypadku entuzjazm może powodować, że jednostka woli pomagać niż nie pomagać.

W zakresie preferencji formalnych entuzjazm wywołuje poczucie pilności (niechęć do beczynności), to jest preferencje działania niż odkładania działania na później, a także zniecierpliwienie (dążenie do skrócenia czasu, w którym obserwowany będzie efekt; Elster 2021; Greenson 1962). Jak już wcześniej wspomnieliśmy, taka konfiguracja skraca czas niezbędny do analizy długofalowych konsekwencji własnych działań. W zakresie działania sprawia jednak, że jednostki są skłonne bardziej ryzykować. Można powiedzieć, że entuzjazm wywołuje efekt odwrotny do strachu, który sprawia, że ludzie w większym stopniu unikają ryzyka (Elster 2009).

Uwagi dodatkowe

Nie został jeszcze omówiony widniejący na schemacie (rysunek 1) bezpośredni wpływ entuzjazmu na działania, ze względu na trudność z wykazaniem, że entuzjazm bezpośrednio oddziałuje na zachowanie, nie zmieniając jednocześnie preferencji i przekonań. Podobnie jak Elster (2009) uznajemy, że kwestia takiej zależności wymaga poszerzonych badań i refleksji.

DANE I ZMIENNE

Operacjonalizacja entuzjazmu

W literaturze naukowej entuzjazm jest operacjonalizowany na wiele sposobów, w zależności od wykazanej wcześniej różnorodnej konceptualizacji i użytych technik. W badaniach ilościowych wyrażany entuzjazm

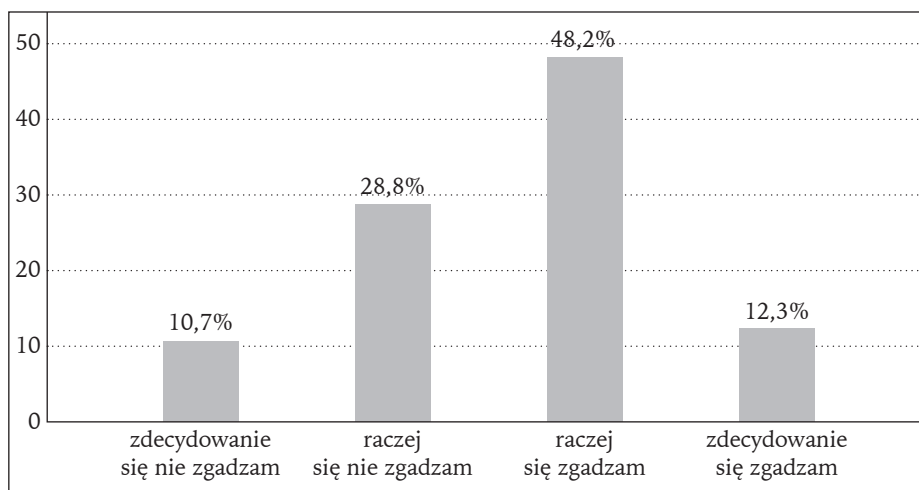
mierzony jest za pomocą skal badających rodzaj i natężenie ekspresji. Na przykład Poonam Punia i Manju Bala (2021) zbudowali kwestionariusz składający się z 78 pytań dotyczących entuzjazmu nauczycieli. Analiza czynnikowa wskazała na siedem czynników: zainteresowanie i zaangażowanie; interakcja z uczniami; pasja uczenia; kreatywność i innowacja; rozwój zawodowy; wzbogacanie swojej wiedzy; poświęcenie zawodowe.

W zakresie konceptualizacji zbliżonych do naszych George Marcus i Michael Mackuen (1993) wykorzystali dane z American National Election Studies i skonstruowali miernik entuzjazmu na podstawie pytania o trzy emocje — nadzieję, dumę i sympatię — jakie wzbudzali w respondentach kandydaci w najbliższych wyborach prezydenckich. W ramach dalszych badań posłużyli się własnym miernikiem. Respondenci otrzymali pytanie o określenie swoich uczuć względem kandydatów w wyborach prezydenckich poprzez zaznaczenie ich na stustopniowej skali dotyczącej par antonimów. Jedną z takich par były słowa „entuzjastyczny” i „nieentuzjastyczny”. W obu przypadkach operacjonalizacji dostrzegamy istotne przeciwwskazania do zastosowania ich w naszych badaniach. Skale opierają się na autodeklaracji uczuć. Są one dość trudne do badania za pomocą kwestionariusza, zwłaszcza gdy dotyczą przeszłości (Loewenstein, Schkade 1999). Nasze badanie zaczęło się 11 tygodni po wybuchu wojny, a więc wtedy, gdy realnie odczuwane przez respondentów emocje mogły się zmienić, na przykład spadło ich natężenie. Ponadto według nas ryzykowne byłoby stosowanie w pytaniu słowa „entuzjazm”, ponieważ jest ono wieloznaczne, a potoczna definicja nie jest zgodna ze stosowaną przez nas konceptualizacją. Prowadziłoby to do uzyskania wskaźników niehomogenicznych, a zatem nie poddających się ilościowej kwantyfikacji.

W związku z powyższym zdecydowaliśmy się zadać pytanie związane bezpośrednio z tendencjami do działania wynikającymi z entuzjazmu i właściwymi dla naszej konceptualizacji. Za kluczowy element entuzjazmu uważamy nadanie pierwszeństwa sprawie kosztem osobistych korzyści. Pytanie w kwestionariuszu brzmiało zatem następująco: „Proszę powiedzieć, czy zgadza się Pan(i) czy nie zgadza z następującym stwierdzeniem — W pierwszych tygodniach po wybuchu wojny w Ukrainie byłem/byłam gotów/gotowa pomóc osobom uciekającym do Polski ponosząc osobiste koszty”. Respondenci odpowiadali posługując się bipolarną skalą semantyczną: „Zdecydowanie się zgadzam”, „Raczej się zgadzam”, „Raczej się nie zgadzam” i „Zdecydowanie się nie zgadzam”. Rozkład odpowiedzi na pytanie ilustruje wykres 1. Warto zwrócić uwagę na jego symetrię, która ma duży walor w analizach ilościowych.

Wykres 1

Rozkład odpowiedzi na pytanie:
 „Proszę powiedzieć, czy zgadza się Pan/i czy nie zgadza z następującymi stwierdzeniami —
 W pierwszych tygodniach po wybuchu wojny w Ukrainie byłem/byłam gotów/gotowa
 pomóc osobom uciekającym do Polski ponosząc osobiste koszty”



Pomoc finansowa i rzeczowa

Zmienną zależną w naszych analizach jest udzielanie pomocy rzeczowej i finansowej uchodźcom z Ukrainy. Obie te formy pomocy różnią się pod względem kosztów podejmowania działań. Udzielenie pomocy finansowej uchodźcom było dość łatwe w badanym okresie. W tym celu pojawiały się specjalne zbiórki w internecie, w zbieranie pieniędzy zaangażowali się też wolontariusze różnych organizacji (GUS, 2022). Czym innym jest jednak udzielenie pomocy rzeczowej. W odróżnieniu od przekazania środków finansowych wymaga ona wcześniejszego namysłu, co należy przekazać, ewentualnego zakupienia tego lub podzielenia się posiadanymi zasobami, zadecydowania, gdzie taką pomoc dostarczyć i wreszcie jak przekazać ją w odpowiednie miejsce. Dwa ostatnie etapy czasem były ułatwiane, na przykład niektóre sieci sklepów zachęcały do przekazania części zakupów i wydzielaly specjalne miejsce, gdzie można je było zostawić, w dalszym ciągu jednak takie zakupy wcześniej trzeba było zaplanować. Udzielenie pomocy rzeczowej można zatem traktować jako działanie odmienne od udzielenia pomocy finansowej i z tego względu będziemy je modelować osobno.

Fakt podejmowania działań pomocowych mierzyliśmy poprzez pytanie, w którym respondenci poproszeni zostali o wskazanie „Czy w związku z sytuacją w Ukrainie” podejmowali działania takie jak „przekazywanie pieniędzy na rzecz osób uciekających z Ukrainy” (pomoc finansowa) lub „przekazywanie osobom uciekającym z Ukrainy produktów spożywczych lub rzeczy” (pomoc rzeczowa). Rozkłady tych odpowiedzi przedstawiono w tabeli 1. Ponad połowa respondentów zadeklarowała, że udzielała uchodźcom pomocy rzeczowej (57,9%) oraz finansowej (50,6%). Odsetek osób, które zadeklarowały udzielanie obu tych form wsparcia uchodźcom z Ukrainy, wyniósł 36,9%. Respondent mógł również wskazać w odpowiedzi, że „zapewnił(a) transport osób lub rzeczy” (10,8% odpowiedzi twierdzących) oraz „bezpośrednio pomagał(a) osobom z Ukrainy, które przyjeżdżały do Polski po wybuchu wojny” (20,6% odpowiedzi twierdzących). Ze względu na niesymetryczne rozkłady odpowiedzi na te stwierdzenia zdecydowaliśmy się nie uwzględniać ich w dalszych analizach.

Tabela 1

Pomoc finansowa i pomoc rzeczowa uchodźcom z Ukrainy, łączny rozkład częstości

		Pomoc rzeczowa		Razem
		brak pomocy	udzielenie pomocy	
Pomoc finansowa	brak pomocy	28,4%	21,0%	49,4%
	udzielenie pomocy	13,7%	36,9%	50,6%
Razem		42,1%	57,9%	100,0%

N = 1041

Obliczenia wykonane z uwzględnieniem wag analitycznych.

Zmienne niezależne

W kwestionariuszu oprócz zmiennych społeczno-demograficznych (płeć, wiek, poziom wykształcenia, wielkość miejsca zamieszkania, subiektywna ocena warunków materialnych gospodarstwa domowego, aktywność zawodowa) uwzględniliśmy szereg zmiennych, które pozwoliły nam kontrolować wpływ entuzjazmu na podejmowanie działań pomocowych. Nasze analizy objęły takie zmienne niezależne jak: (1) posiadanie znajomych pochodzących z Ukrainy; (2) sympatia do osób narodowości ukraińskiej; (3) dystans społeczny wobec osób narodowości ukraińskiej; (4) ogólna postawa wobec imigracji; (5) postrzeganie pomocy uchodźcom z Ukrainy jako zjawiska powszechnego; (6) deklaracje respondentów, że

ich znajomi pomagali uchodźcom z Ukrainy; (7) wiedza, że znajomi znajomych pomogli uchodźcom z Ukrainy; (8) ekspozycja na treści medialne dotyczące wojny w Ukrainie i sytuacji uchodźców.

Posiadanie znajomych pochodzących z Ukrainy zmierzaliśmy zadając respondentom pytanie „Czy ma Pan(i) jakichś bliższych lub dalszych znajomych, którzy pochodzą z Ukrainy?” (25,7% odpowiedzi „tak”). Sympatia wobec osób narodowości ukraińskiej badana była w kontekście sympatii do innych narodów. Respondentom zadano pytanie: „Jak określił(a)by Pan(i) swój stosunek do innych narodów?”, i poproszono o ustosunkowanie się w kategoriach „sympatia”, „obojętność”, „niechęć” do następujących narodów: Niemcy, Czesi, Słowacy, Ukraińcy, Białorusini, Rosjanie, Litwini oraz Włosi. Odpowiedzi dotyczące stosunku do Ukraińców zrekodowane zostały do postaci zmiennej dwuwartościowej „sympatia” (41,9%) oraz „obojętność/niechęć”. Do pomiaru dystansu społecznego wobec osób narodowości ukraińskiej zastosowane zostały dwa pytania: „Czy miał(a)by Pan(i) coś przeciwko, gdyby osoby narodowości ukraińskiej zostały Pana(i) sąsiadami?” oraz „Niezależnie od tego, czy ma Pan(i) dzieci, czy też nie, czy sprzeciwiał(a)by się Pan(i), gdyby Pana(i) syn lub córka chcieli poślubić osobę narodowości ukraińskiej?”. Respondenci udzielali odpowiedzi na czterostopniowej skali semantycznej bipolarnej. Miarę dystansu społecznego skonstruowano jako sumę odpowiedzi respondentów na te dwa pytania w taki sposób, że wysokie wartości liczbowe indeksu wskazują na wysoki poziom dystansu społecznego (średnia 3,43).

Wskaźnikami ogólnej postawy wobec imigracji było pięć pytań z powodzeniem wykorzystywanych wcześniej w badaniu Europejski Sondaż Społeczny: (1) „Czy Pana(i) zdaniem to, że ludzie z innych krajów przyjeżdżają, aby żyć w Polsce, jest ogólnie rzecz biorąc korzystne, czy też niekorzystne dla polskiej gospodarki?”; (2) „Większość ludzi legalnie przyjeżdżających, aby żyć w Polsce pracuje i płaci podatki. Korzystają oni również ze świadczeń socjalnych i opieki zdrowotnej. Czy uważa Pan(i), że w ostatecznym rozrachunku ludzie, którzy przyjeżdżają do Polski, więcej biorą, niż dają, czy też więcej dają, niż biorą?”; (3) „Czy w wyniku tego, że ludzie z innych krajów przyjeżdżają do Polski i żyją tutaj, Polska stała się gorszym czy lepszym miejscem do życia?”; (4) „Proszę powiedzieć, czy Pana(i) zdaniem to, że ludzie z innych krajów przyjeżdżają, aby żyć w Polsce, ogólnie rzecz biorąc, szkodzi kulturze w Polsce, czy też ją wzbogaca?”; (5) „Proszę powiedzieć, czy ludzie przyjeżdżający, aby żyć w naszym kraju, ogólnie biorąc odbierają miejsca pracy ludziom pracującym w Polsce, czy też pomagają tworzyć nowe miejsca

pracy?”. Respondenci udzielali odpowiedzi na 11-punktowej skali liczbowej. Na podstawie odpowiedzi wyznaczono indeks reprezentujący zagregowaną postawę wobec imigracji jako sumę odpowiedzi na tych pięć pytań. Wartości indeksu zostały wystandaryzowane (rozkład o skośności $-0,286$).

Wskaźnikiem stopnia, w jakim respondenci postrzegali powszechność działań pomocowych, było pytanie „W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem? — Większość ludzi takich jak ja nie zaangażowała się w pomoc osobom uciekającym z Ukrainy”. Zastosowaliśmy tu 4-punktową skalę semantyczną bipolarną. Odpowiedzi respondentów zostały zredukowane do dwóch wartości (47% odpowiedzi twierdzących).

Respondenci zostali poproszeni również o deklaracje dotyczące działań pomocowych podejmowanych przez ich znajomych oraz wiedzy na temat takich działań podejmowanych przez osoby z szerszego otoczenia społecznego. Wskaźnikami tych aspektów posiadanej wiedzy o zachowaniach innych osób były pytania: „Czy posiada Pan(i) znajomych lub bliskich, którzy zaangażowali się w pomoc osobom uciekającym z Ukrainy?” (72,8% odpowiedzi „tak”) oraz „Czy posiada Pan(i) znajomych lub bliskich, którzy opowiadali o tym, że ktoś z ich środowiska zaangażował się w pomoc osobom uciekającym z Ukrainy?” (71,6% odpowiedzi „tak”).

Ponadto badaniu poddaliśmy stopień ekspozycji na treści w mediach związane z wojną w Ukrainie i sytuacją uchodźców oraz uczestniczenie w interakcjach z tym związanych. Respondentom zadano pytanie o częstotliwość takich zachowań jak: (1) oglądanie w TV programów informacyjnych lub publicystycznych poświęconych tematyce wojny w Ukrainie i uchodźców; (2) czytanie w gazetach lub czasopismach artykułów o tej tematyce; (3) oglądanie w internecie materiałów wideo; (4) czytanie w internecie artykułów; (5) czytanie blogów, wpisów lub komentarzy internautów dotyczących wojny w Ukrainie i uchodźców; (6) pisanie wypowiedzi na forach, blogach, portalach społecznościowych na tematy dotyczące wojny w Ukrainie i uchodźców; (7) zachęcanie w internecie innych użytkowników do zaangażowania się w pomoc dla osób uciekających z Ukrainy oraz (8) rozmawianie ze znajomymi lub członkami rodziny o wojnie w Ukrainie lub uchodźcach. Odpowiedzi respondentów na 4-stopniowej skali semantycznej unipolarnej poddano redukcji poprzez analizę czynnikową. Wyodrębnione dwa wymiary identyfikujemy jako „wymiar informacyjny” i „wymiar deliberatywny” (zob. Aneks: tabela A2). W analizach wyjaśniających uwzględniono związek czynnika reprezentowany przez zachowania uwarunkowane konsumpcją treści w mediach (wymiar informacyjny).

PROCEDURA BADAWCZA

Zmiennymi wyjaśnianymi w naszych analizach są udzielanie pomocy finansowej i udzielanie pomocy rzeczowej. Procedura analityczna oparta została na modelach regresji logistycznej, które wykorzystywane są do wyjaśniania i przewidywania dwuwartościowych zmiennych zależnych. W tego typu analizach zmienna wyjaśniana przyjmuje postać logarytmu stosunku szans sukcesu i porażki (tzw. logit). Na potrzeby tego badania jako sukces określiliśmy udzielanie pomocy finansowej oraz udzielanie pomocy rzeczowej. Dla obu form działań pomocowych analizy prowadzone były równolegle.

Pierwszym etapem analiz było krokowe wprowadzanie zmiennych społeczno-demograficznych (płeć, wiek w latach, wiek kwadrat, wykształcenie, wielkość miejsca zamieszkania, subiektywna ocena warunków materialnych gospodarstwa domowego i fakt aktywności zawodowej) do modeli wyjaśniających osobno obie formy pomocy. Parametry tych modeli pozostają stabilne, co sugeruje brak efektów mediacji czy moderacji między badanymi cechami. W końcowej fazie etapu pierwszego do modeli zawierających wszystkie zmienne społeczno-demograficzne dodano wskaźnik entuzjazzmu. Modele te traktujemy jako modele referencyjne dla analiz prowadzonych w kolejnym etapie.

Drugi etap analiz skoncentrowany był na ustaleniu efektu posiadania znajomych z Ukrainy oraz cech świadomościowych, to jest afektu wobec Ukraińców, dystansu społecznego, ogólnej postawy wobec imigracji, wpływu najbliższego i dalszego otoczenia społecznego, a także ekspozycji na treści w mediach. Ponadto badaniu podlegały efekty moderacyjne tych zmiennych na związek między podejmowaniem działań pomocowych a entuzjazzmem przy kontroli cech społeczno-demograficznych. Kolejne modele regresji logistycznej rozszerzały zatem modele referencyjne (zawierające zmienne społeczno-demograficzne oraz wskaźnik entuzjazzmu po stronie zmiennych niezależnych) o daną zmienną moderującą, a następnie o interakcję zmienna moderująca entuzjazzm. Taka strategia analityczna pozwoliła na ustalenie efektu owych zmiennych moderujących, a ponadto ustalenie, czy wprowadzenie ich do modelu zmienia efekt entuzjazzmu na działania pomocowe i czy przy różnych poziomach zmiennych moderujących zmienia się efekt (siła i kierunek związku) entuzjazzmu (interakcja zmiennych moderujących i entuzjazzmu).

Dla każdej ze zmiennych zależnych oszacowano również model pełny zawierający wszystkie zmienne niezależne oraz model pełny wraz ze wszystkimi interakcjami entuzjazzmu i zmiennych moderujących. Łącznie

oszacowano 72 modele regresji logistycznej. Wszystkie obliczenia przeprowadzono w pakiecie R (R Core Team, 2020) z wykorzystaniem wag analitycznych wyrównujących prawdopodobieństwa wejścia do próby.

ANALIZA DANYCH

PB1. Jaki jest związek między entuzjazmem a udzielaniem pomocy uchodźcom z Ukrainy?

Wyniki analizy regresji logistycznej (w tabeli A1 w Aneksie) wskazują, że entuzjazm jest istotnym czynnikiem zwiększającym szanse udzielenia pomocy finansowej lub rzeczowej, nawet jeśli wpływ tej zmiennej jest kontrolowany przez zmienne społeczno-demograficzne, postawy wobec imigracji i Ukraińców, więzi społeczne, emocje związane z wybuchem wojny, ekspozycję na treści medialne i wpływ społeczny. Przy wyjaśnianiu pomocy finansowej iloraz szans dla entuzjazmu wyniósł 2,2, a przy pomocy rzeczowej 1,9. Interpretujemy to jako silny efekt, zwłaszcza że entuzjazm został wprowadzony do modelu jako zmienna ilościowa przyjmująca cztery wartości. Traktujemy wyniki jako zgodne z hipotezą H1 (istnieje silny pozytywny związek między entuzjazmem a udzieleniem pomocy uchodźcom).

Wśród pozostałych zmiennych, które w istotny sposób zmieniają prawdopodobieństwo udzielenia pomocy, były postawy wobec imigracji (pomoc finansowa: 1,9; pomoc rzeczowa: 1,3) i przekonanie o powszechności pomagania uchodźcom (pomoc finansowa: 1,9; pomoc rzeczowa: 2,9). W przypadku pomocy rzeczowej utrzymał się w ostatecznym modelu jeszcze jeden efekt związany z wpływem społecznym. Szanse udzielenia pomocy przez osoby, które deklarowały, że ich znajomi pomagali uchodźcom, były ponad dwukrotnie większe (2,3) niż szanse osób nieposiadających takich znajomych. W strukturze działania można wskazać zatem ostatecznie trzy kategorie zmiennych, których efekty są addytywne: entuzjazm, przekonania wobec imigracji (uogólnionej) i przekonania na temat tego, jak w obecnej sytuacji postępują inni, z którymi respondenci się porównują.

Warto osobno poruszyć kwestię zmiennych społeczno-demograficznych. Okazuje się, że pomoc finansowa i pomoc rzeczowa w różnym wymiarze zależy od miejsca w strukturze społecznej. W przypadku pomocy finansowej szanse jej udzielenia są większe o 150% u osób z wykształceniem średnim i wyższym względem osób z wykształceniem najwyżej gimnazjalnym. W przypadku wielkości miejsca zamieszkania jedyny zaobserwowany efekt dotyczy zmniejszonych o 40% szans pomocy wśród

mieszkańców dużych miast (100–499 tys.) w stosunku do mieszkańców wsi. Z kolei w przypadku modelu wyjaśniającego pomoc rzeczową jedyną istotną statystycznie zmienną była płeć. Szanse, że mężczyzna udzieli takiej pomocy, są o 40% niższe niż w przypadku kobiet.

Podsumowując: wyniki empiryczne dla modelu emocjonalnego wyboru w przypadku obu form pomocy, to jest finansowej i rzeczowej, są bardzo zbliżone do siebie. Za pomoc odpowiedzialna jest ta sama grupa czynników. Natomiast tym, co różni obie formy pomocy, okazały się efekty zmiennych społeczno-demograficznych. Struktura działania pozostaje zatem taka sama, ale miejsce w strukturze społecznej ma istotne znaczenie dla tego, z jakim prawdopodobieństwem dana forma pomocy zostanie podjęta.

PB2. W jaki sposób przekonania i postawy dotyczące imigracji, Ukraińców, zachowań pomocowych otoczenia i ekspozycja na informacje o sytuacji na Ukrainie i uchodźcach wiążą się z entuzjazmem i udzielaniem pomocy uchodźcom z Ukrainy?

Wyniki badań empirycznych wskazują, że entuzjazm jest silnym predyktorem działań pomocowych, nawet gdy kontrolowane są inne czynniki i zmienne społeczno-demograficzne. W ramach drugiego pytania badawczego analizujemy, w jakich relacjach z innymi zmiennymi pozostaje entuzjazm w równaniu regresji logistycznej. Wykorzystujemy do tego procedurę opisaną w sekcji „Procedura badawcza”.

Modele dla pomocy finansowej i pomocy rzeczowej zachowują się podobnie w zakresie tych samych konfiguracji zmiennych niezależnych, dlatego wyniki omówimy łącznie. Pełne wyniki dla każdego modelu regresji przedstawione są w tabeli A1 w Aneksie. Dla ułatwienia w tabeli 2 przedstawiamy kluczowe informacje przedstawiające zmiany w ilorazach szans dla poszczególnych czynników po wprowadzeniu do modelu entuzjazmu.

Gdy w ramach procedury wprowadzaliśmy do modelu referencyjnego (model ze zmiennymi społeczno-demograficznymi i entuzjazmem) pojedynczy czynnik, za każdym razem iloraz szans dla entuzjazmu pozostawał stabilny (nie zmieniał się o wartości przekraczające dwukrotność błędów standardowych). Interpretujemy ten fakt jako dowód, że entuzjazm stanowi jeden z głównym elementów struktury działania.

Dodatkowo porównania modelu referencyjnego z modelami, w których występował jedynie wybrany czynnik i zmienne społeczno-demograficzne, pozwoliły zaobserwować, jak się zmieniają zależności po wprowadzeniu do modelu regresji entuzjazmu. Okazało się, że entuzjazm przejmuje część

Tabela 2

Zmiany w ilorazach szans po wprowadzeniu do modelu referencyjnego dodatkowego czynnika

Czynniki	Ilorazy szans			
	pomoc finansowa		pomoc rzeczowa	
	model bez entuzjazmu	model z entuzjazmem	model bez entuzjazmu	model z entuzjazmem
Posiadanie znajomych z Ukrainy	1,1 (nieist.)	1,0 (nieist.)	1,4	1,4 (nieist.)
Sympatia do Ukraińców	2,3	1,8	2,0	1,6
Dystans społeczny	0,7	0,8	0,7	0,8
Postawy wobec imigracji	1,9	1,6	1,7	1,5
Postrzeganie powszechności pomocy	3,3	2,5	4,3	3,5
Obserwowanie pomagających znajomych	2,2	1,8	4,6	4,1
Wiedza, że znajomi znajomych pomogli	2,0	1,6	3,4	3,0
Wymiar informacyjny	1,5	1,3	1,4	1,2

Pogrubiono zmiany, które przekraczają dwukrotność błędu standardowego lub sprawiły, że efekt przestał być istotny statystycznie.

zmienności wyjaśnianej przez sympatię do Ukraińców (iloraz szans dla tego czynnika spada z 2,3 na 1,8 w modelu dla pomocy finansowej i z 2,0 na 1,6 w modelu pomocy rzeczowej po wprowadzeniu entuzjazmu), postrzeganie powszechności pomocy (spadek ilorazów szans z 3,3 na 2,5 i 4,3 na 3,5, odpowiednio: modelu dla pomocy finansowej i rzeczowej). W rezultacie zmienne te traktujemy jako główne czynniki sprzyjające entuzjazmowi. Warto jednak w tym miejscu zauważyć, że wprowadzenie entuzjazmu do modelu w niemalże każdym przypadku (poza zmienną dystansu społecznego) redukowało efekt danego czynnika. Wskazuje to na powiązania między analizowanymi czynnikami a entuzjazmem, który „przechwytuje” ich efekty.

Odpowiadając na pytanie badawcze należy stwierdzić, że entuzjazm jest ważną zmienną, która obok postaw wobec imigracji, postrzegania powszechności działań pomocowych, a w przypadku pomocy rzeczowej także obserwowania działań pomocowych u znajomych, sprzyja podejmowaniu działań pomocowych. Oprócz tego szczegółowa analiza materiału empirycznego wskazuje, że te czynniki, które zostały wymienione, a także pozytywne postawy wobec migracji, obserwowanie pomagających znajomych,

wiedza, że znajomi znajomych pomagali i silna ekspozycja na informacje o uchodźcach i sytuacji na Ukrainie wiązały się z wyższym entuzjazmem. Podsumowując, finalny model bez entuzjazmu osiąga wartość pseudo r-kwadrat (Nagelkerke'a) 26,4% w przypadku pomocy finansowej i 19,1% w przypadku pomocy rzeczowej. Wprowadzenie do modelu entuzjazmu zwiększa jego dopasowanie do danych (wartości r-kwadrat Nagelkerke'a odpowiednio 35,7% i 38,1%). Rośnie r-kwadrat Nagelkerke'a, ale również o lepszym dopasowaniu informują bardziej miarodajne w takich porównaniach wskaźniki, takie jak bayesowskie kryterium informacyjne i kryterium informacyjne Akaikiego (zob. tabela A1 w Aneksie; por. Kuha 2004; Mood 2010).

KONKLUZJE I DYSKUSJA

Główne wnioski

Przedmiotem naszych badań jest znaczenie entuzjazmu w udzielaniu pomocy finansowej lub rzeczowej uchodźcom z Ukrainy po rosyjskiej agresji w 2022 roku. Warto zwrócić uwagę, że zarówno sama sytuacja badawcza, jak i zjawisko, które badaliśmy, są wyjątkowe. Analizując dane z badań CAWI na 1041 respondentach zaobserwowaliśmy indywidualny, dodatni efekt entuzjazmu w przewidywaniu działań pomocowych, a także wyraźnie lepsze dopasowanie modeli do danych, jeśli uwzględniony został entuzjazm. Poza nim istotne efekty addytywne wykazały ogólne postawy wobec imigracji, przekonanie o powszechności podejmowania działań pomocowych wśród osób, które respondent uznaje za podobne do siebie, a w modelu dla pomocy rzeczowej także posiadanie wzorca zachowań pomocowych w najbliższym otoczeniu. Według naszej wiedzy jest to pierwsze opracowanie, w którym użyto takiej konceptualizacji i operjonalizacji entuzjazmu w badaniach ilościowych na dużej próbie ogółu dorosłych Polaków. W szerszym kontekście pokazaliśmy z kolei, że entuzjazm ma znaczenie dla podejmowania nie tylko pracy wolontariackiej (Purwanto, Rostiani 2022), ale także wymagających mniejszych poświęceń form pomocy.

Dodatkowo zaobserwowaliśmy, że istotny jest rodzaj udzielanej pomocy. Model empiryczny zachowuje się w podobny sposób dla pomocy finansowej i rzeczowej, co interpretujemy jako dowód użyteczności modelu teoretycznego. Interesujące poznawczo natomiast wydają się dwa wyjątki. Po pierwsze, bezpośredni wpływ otoczenia, to jest obserwowanie zachowań pomocowych wśród znajomych, jest istotny tylko przy wyjaśnia-

niu pomocy rzeczowej. Możliwym wyjaśnieniem jest różnica w kosztach obu rodzajów działań. W konsekwencji, o ile udzielenie pomocy finansowej wiązało się z entuzjazmem, postawami na temat imigracji i przekonaniem, że inni pomagają, to w przypadku pomocy rzeczowej istotnym elementem okazała się dodatkowa zmienna, to jest przekonanie, że znajomi także pomagają. Inaczej mówiąc, znaczenia nabral mechanizm wpływu społecznego (Asch 1940; Christakis, Fowler 2013; Jackson 2010), który nie był istotny statystycznie przy pomocy finansowej. Dokładna analiza wskazuje też, że sam entuzjazm jest silnie związany z obserwacją działań pomocowych u znajomych. W przypadku pomocy rzeczowej taki wynik może oznaczać, że obserwacja zachowań pomocowych w bezpośrednim otoczeniu dodatkowo zwiększa szanse udzielenia pomocy niezależnie od entuzjazmu. Inaczej mówiąc, ktoś nie musi odczuwać entuzjazmu, ale jeśli jego znajomi pomagają, to prawdopodobieństwo, że sam pomoże, się zwiększa.

Druga różnica między pomocą finansową i rzeczową dotyczy znaczenia zmiennych społeczno-demograficznych. W przypadku tej pierwszej szanse udzielenia pomocy zależały od wielkości miejscowości zamieszkania i wykształcenia. W przypadku pomocy rzeczowej jedynie od płci. W tym miejscu można zaryzykować hipotezę, że różnice dotyczące płci zależą od kulturowych uwarunkowań związanych z funkcjonowaniem gospodarstw domowych, a zwłaszcza podziału obowiązków, w którym robienie zakupów i zarządzanie dobrami materialnymi częściej przypada kobietom (Bożewicz 2018).

Ostatnią kwestią, na którą zwracamy uwagę, jest znaczenie subiektywnie postrzeganych warunków materialnych w udzielaniu pomocy finansowej. Zgodnie z naszą operacjonalizacją entuzjazmu jest to gotowość do niesienia pomocy uchodźcom, nawet jeśli ponosi się osobiste koszty. Z jednej strony zatem emocja powinna redukować myślenie w kategoriach racjonalnych kosztów, z drugiej strony subiektywnie odczuwany brak zasobów może w istotny sposób hamować działania (zwłaszcza w działaniach planowanych; zob. Ajzen 1991). Okazuje się, że samodzielnie ani entuzjazm, ani żaden z istotnych statystycznie czynników nie niweluje niewielkiego, lecz statystycznie istotnego efektu oceny własnej sytuacji materialnej. Znika on jednak w finalnym modelu, w którym występują wszystkie czynniki. Wskazuje to na możliwość istnienia bardziej skomplikowanych konfiguracji między czynnikami, które warto byłoby sprawdzić w innych badaniach, aby poznać znaczenie subiektywnej oceny własnych zasobów finansowych i podejmowania działań pomocowych, które te zasoby redukują.

Ograniczenia i przyszłe badania

Wyniki traktujemy jako dowód na empiryczną i teoretyczną wartość zaproponowanego wskaźnika. Jesteśmy jednak świadomi jego ograniczeń. Operacjonalizacja opiera się na pojedynczym pytaniu. Podobnie, na podstawie jednego pytania (choć zupełnie innego), entuzjazm zoperacjonalizowali inni badacze (zob. np. Marcus, Mackuen 1993; Purwanto, Rostiani 2022). W naszym przypadku operacjonalizacja uwzględnia przede wszystkim preferencję działania, która jest raczej charakterystyczną konsekwencją entuzjazmu niż samą emocją. Biorąc pod uwagę złożoność pojęcia, jesteśmy zdania, że definicja operacyjna zyskałaby, gdyby utworzyć miernik złożony z jeszcze kilku dodatkowych pytań. W trakcie analizy empirycznej uwidoczniły się braki, które obejmowały nieuwzględnienie: (1) elementów preferencji formalnych, na przykład poczucia pilności lub wymaganej natychmiastowości podejmowanych działań, (2) elementów afektywnych, na przykład dumy ze swojego działania i (3) elementów behawioralnych, na przykład dzielenia się z innymi informacją o tym, że się samemu pomogło.

Należy ponadto podkreślić, że model emocjonalnego wyboru określa relacje między jego elementami w kategoriach przyczynowo-skutkowych, jednakże sposób zbierania przez nas danych i użyte analizy nie pozwalają na wyciąganie takich wniosków. Wykazujemy jedynie związki statystyczne (współwystępowanie) między zmiennymi i w takich kategoriach można interpretować nasze wyniki.

Podsumowując należy stwierdzić, że badanie empirycznie wykazało, iż udzielenie pomocy finansowej lub rzeczowej jest zależne od entuzjazmu, a także od ogólnych postaw wobec migracji, przekonania, że inni podobni do badanych jednostek pomagają, a także — w przypadku pomocy rzeczowej — od obserwacji zachowań pomocowych w otoczeniu. Warto zauważyć, że wyniki są zgodne z modelem teoretycznym. Szczegółowa analiza wyników modeli regresji wykazała, że sam entuzjazm jest związany dodatkowo z posiadaniem znajomych, którzy pomagali, przekonaniem, że inni podobni do badanych jednostek pomagają, sympatią do Ukraińców. Uwidaczniają się zatem dość skomplikowane relacje między przekonaniem, emocjami i informacjami, których dokładna analiza zasługuje na osobne opracowanie i wymaga użycia bardziej zaawansowanych procedur statystycznych, takich jak modelowanie strukturalne.

ANEKS

Tabela A1

Udzielanie pomocy uchodźcom z Ukrainy. Modele regresji logistycznej.
Współczynniki Exp(B) i błędy standardowe

	Pomoc finansowa			Pomoc rzeczowa		
	model ref.	pełny model bez interakcji	pełny model z interakcjami	model ref.	pełny model bez interakcji	pełny model z interakcjami
(stała)	0,0 (0,7)***	0,1 (1,0)**	0,0 (1,6)**	0,1 (0,7)***	0,0 (1,0)***	0,0 (1,4)**
pleć męczyzna	1,2 (0,1)	1,0 (0,2)	1,1 (0,2)	0,5 (0,1)***	0,6 (0,2)*	0,6 (0,2)*
wiek	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,1 (0,0)	1,1 (0,0)
wiek kwadrat	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)	1,0 (0,0)
wykształcenie podstawowe (kat. ref.)						
wykształcenie zawodowe	1,1 (0,3)	1,4 (0,4)	1,4 (0,4)	1,5 (0,3)	1,9 (0,4)	1,9 (0,4)
wykształcenie średnie	1,8 (0,3)*	2,4 (0,4)*	2,4 (0,4)*	1,1 (0,3)	1,0 (0,4)	1,0 (0,4)
wykształcenie wyższe	2,0 (0,3)*	2,5 (0,4)*	2,6 (0,4)*	1,0 (0,3)	1,0 (0,4)	1,0 (0,4)
wieś (kat. ref.)						
miasto do 20 tys.	0,6 (0,2)	0,8 (0,3)	0,8 (0,3)	0,9 (0,2)	1,1 (0,3)	1,1 (0,3)
miasto 20–99 tys.	0,7 (0,2)	0,7 (0,3)	0,7 (0,3)	0,9 (0,2)	1,1 (0,3)	1,1 (0,3)
miasto 100–499 tys.	0,6 (0,2)*	0,6 (0,3)*	0,6 (0,3)*	0,9 (0,2)	0,8 (0,3)	0,7 (0,3)
miasto 500 tys.	0,8 (0,2)	0,9 (0,3)	0,9 (0,3)	0,8 (0,2)	1,0 (0,3)	1,0 (0,3)
subiektywna ocena warunków materialnych gospodarstwa domowego	1,2 (0,1)**	1,2 (0,1)	1,2 (0,1)	1,1 (0,1)	1,1 (0,1)	1,1 (0,1)
aktywność zawodowa tak	1,1 (0,2)	0,9 (0,2)	0,9 (0,2)	1,0 (0,2)	1,0 (0,2)	1,0 (0,2)
entuzjazm	2,9 (0,1)***	2,2 (0,1)***	3,7 (0,5)**	2,5 (0,1)***	1,9 (0,1)***	1,7 (0,4)
znajomi z Ukrainy tak		0,8 (0,2)	0,6 (0,9)		1,1 (0,2)	0,7 (0,8)
afekt do Ukraińców sympatia		1,3 (0,2)	1,6 (0,8)		1,2 (0,2)	0,9 (0,8)
dystans społeczny wobec Ukraińców		0,9 (0,1)	0,9 (0,3)		0,9 (0,1)	0,9 (0,2)
postawa wobec imigracji		1,4 (0,1)**	2,1 (0,5)		1,3 (0,1)*	1,4 (0,4)
znajomi pomagali tak		1,7 (0,3)	2,7 (1,1)		2,3 (0,3)**	7,1 (1,0)
znajomi opowiadali, że znajomi pomagali tak		1,1 (0,3)	1,1 (1,1)		1,6 (0,3)	1,0 (1,0)
wymiar informacyjny		1,2 (0,1)	0,9 (0,4)		1,1 (0,1)	1,0 (0,4)
entuzjazm: znajomi z Ukrainy tak			1,1 (0,3)			1,2 (0,3)
entuzjazm: afekt do Ukraińców sympatia			0,9 (0,3)			1,1 (0,3)
entuzjazm: dystans społeczny wobec Ukraińców			1,0 (0,1)			1,0 (0,1)
entuzjazm: postawa wobec imigracji			0,9 (0,2)			1,0 (0,1)
entuzjazm: postawa powszechn. pomocy tak			0,5 (0,3)*			1,3 (0,3)
entuzjazm: znajomi pomagali tak			0,8 (0,4)			0,7 (0,4)
entuzjazm: znajomi opowiadali, że pomagali tak			1,0 (0,4)			1,2 (0,4)
entuzjazm: wymiar informacyjny			1,1 (0,1)			1,0 (0,1)
AIC	1288,0	811,9	819,0	1333,0	762,1	776,2
BIC	1357,3	911,6	955,0	1402,3	861,9	912,2
McFadden	0,157	0,221	0,230	0,111	0,243	0,245
McFadden (skorygowany)	0,138	0,176	0,169	0,092	0,197	0,182
CoxSnell	0,201	0,272	0,281	0,145	0,285	0,287
Nagelkerke	0,264	0,357	0,369	0,191	0,381	0,384
Log Likelihood	-630,0	-383,9	-379,5	-652,5	-359,1	-358,1
Deviance	1221,2	740,3	732,3	1263,3	695,4	692,5
N	1041	687	687	1041	687	687

*p < 0,001;

**p < 0,01;

***p < 0,05.

Tabela A2

Eksploacyjna analiza czynnikowa dla środowiska informacyjnego badanych.
Ładunki czynnikowe

	Wymiar informacyjny	Wymiar deliberatywny
oglądał(a) Pan(i) w telewizji programy informacyjne lub publicystyczne poświęcone tematyce wojny w Ukrainie i uchodźców	0,669	—
czytał(a) Pani w gazetach lub czasopismach artykuły o tematyce wojny w Ukrainie i uchodźców (także w wydaniach audio)	0,582	—
oglądał(a) Pan(i) w internecie materiały wideo o tematyce wojny w Ukrainie i uchodźców	0,866	—
czytał(a) Pani w internecie artykuły o tematyce wojny w Ukrainie i uchodźców	0,910	—
czytał(a) Pani blogi, wpisy lub komentarze internautów dotyczące wojny w Ukrainie i uchodźców	0,457	—
pisał(a) Pan(i) w internecie na tematy dotyczące wojny w Ukrainie i uchodźców, np. na forach, blogach, portalach społecznościowych	—	0,997
zachęcał(a) Pan(i) w internecie innych użytkowników do zaangażowania się w pomoc dla osób uciekających z Ukrainy	—	0,808
rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi lub członkami rodziny o wojnie w Ukrainie lub uchodźcach	0,523	—
% wariacji	35,7	30,6
% skumulowany	66,2	

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen Icek, 1991, *The Theory of Planned Behavior*, „Organizational Behavior and Human Decision Processes”, t. 50(2), s. 179–211 ([https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)).
- Asch Salomon, 1940, *Studies in the Principles of Judgments and Attitudes: II. Determination of Judgments by Group and by Ego Standards*, „The Journal of Social Psychology”, t. 12(2), s. 433–465 (<https://doi.org/10.1080/00224545.1940.9921487>).
- Bai Guiyu, Wang Wenjuan, Wang Xinxin, 2022, *Research on the Influence of Technological Innovation Enthusiasm on Innovation Performance from the Perspective of Nonlinearity—Empirical Evidence from Chinese Listed Firms*, „Sustainability”, 14(16) 10154 (<https://doi.org/10.3390/su141610154>).
- Boudon Raymond, 2001, *The Origins of Values*, Transaction Publishers, New Brunswick–London.
- Boudon Raymond, 2008, *How Can Axiological Feelings Be Explained?*, „International Review of Sociology”, t. 18(3), s. 349–364.

- Bożewicz Marta, 2018, *Kobiety i mężczyźni w domu*. Komunikat z badań, nr 127/2018, Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Burić Irena, 2019, *The Role of Emotional Labor in Explaining Teachers' Enthusiasm and Students' Outcomes: A Multilevel Mediation Analysis*, „Learning and Individual Differences”, t. 70, s. 12–20 (<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2019.01.002>).
- Chater Nick i in., 2010, *Bayesian Models of Cognition*, „Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science”, t. 1(6), s. 811–823 (<https://doi.org/10.1002/wcs.79>).
- Christakis Nicholas A., Fowler James H., 2013, *Social Contagion Theory: Examining Dynamic Social Networks and Human Behavior*, „Statistics in Medicine”, t. 32(4), s. 556–577 (<https://doi.org/10.1002/sim.5408>).
- Cialdini Robert B., Goldstein Noah J., 2004, *Social Influence: Compliance and Conformity*, „Annual Review of Psychology”, t. 55, s. 591–621 (<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>).
- Elster Jon, 2009, *Emotions*, w: Peter Hedström, Peter Bearman (red.), *The Oxford Handbook of Analytical Sociology*, Oxford University Press, s. 51–71.
- Elster Jon, 2015, *Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Elster Jon, 2021, *Enthusiasm and Anger in History*, „Inquiry: An Interdisciplinary Journal of Philosophy”, t. 64(3), s. 249–307 (<https://doi.org/10.1080/0020174x.2020.1821961>).
- Feliksiak Michał, 2022, *Polacy wobec uchodźców z Ukrainy*. Komunikat z badań, nr 62/2022), Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Feliksiak Michał, Roguska Beata, 2022, *Polacy wobec rosyjskiej inwazji na Ukrainę*. Komunikat z badań, nr 38/2022, Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Fenves Peter, 1997, *The Scale of Enthusiasm*, „Huntington Library Quarterly”, t. 60(1/2), s. 117–152 (<https://doi.org/10.2307/3817834>).
- Festinger Leon, 2007, *Teoria dysonansu poznawczego*, tłum. Julitta Rydlewska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Freese Jeremy, 2009, *Preferences*, w: Peter Hedström, Peter Bearman (red.), *The Oxford Handbook of Analytical Sociology*, Oxford University Press, s. 94–114.
- Frierson Patrick, Guyer Paul (red.), 2011, *Kant: Observations on the Feeling of the Beautiful and Sublime and Other Writings*, Cambridge University Press, Cambridge, s. 203–218 (<https://doi.org/10.1017/CBO9780511976018.008>).
- Geoghegan Hilary, 2013, *Emotional Geographies of Enthusiasm: Belonging to the Telecommunications Heritage Group*, „Area”, t. 45(1), s. 40–46 (<https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2012.01128.x>).
- Greenson Ralph R., 1962, *On Enthusiasm*, „Journal of the American Psychoanalytic Association”, t. 10(1), s. 3–21 (<https://doi.org/10.1177/000306516201000101>).
- Harmon-Jones Eddie, 2012, *A Cognitive Dissonance Theory Perspective on the Role of Emotion in the Maintenance and Change of Beliefs and Attitudes*, w: Nico H. Frijda, Antony S. R. Manstead, Sacha Bem (red.), *Emotions and Beliefs: How Feelings Influence Thoughts*, Cambridge University Press, Cambridge, s. 185–212.
- Hart William i in., 2009, *Feeling Validated versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information*, „Psychological Bulletin”, t. 135(4), s. 555–588 (<https://doi.org/10.1037/a0015701>).

- Heinicke Franziska, König-Kersting Christian, Schmidt Robert, 2022, *Injunctive vs. Descriptive Social Norms and Reference Group Dependence*, „Journal of Economic Behavior and Organization”, t. 195, s. 199–218 (<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2022.01.008>).
- Jackson Matthew O., 2010, *Social and Economic Networks*, Princeton University Press, Princeton.
- Kant Immanuel, 2004, *Krytyka władzy sądzania*, tłum. Jerzy Gafecki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Keizer Kees, Lindenberg Siegwart, Steg Linda, 2008, *The Spreading of Disorder*, „Science”, t. 322(5908), s. 1681–1685 (<https://doi.org/10.1126/science.1161405>).
- Keller Melanie M. i in., 2016, *Teacher Enthusiasm: Reviewing and Redefining a Complex Construct*, „Educational Psychology Review”, t. 28(4), s. 743–769 (<https://doi.org/10.1007/s10648-015-9354-y>).
- Knobloch-Westerwick Silvia, 2015, *Choice and Preference in Media Use: Advances in Selective Exposure Theory and Research*, Routledge, London.
- Kruglanski Arie W., Jasko Katarzyna, Friston Karl, 2020, *All Thinking is “Wishful” Thinking*, „Trends in Cognitive Sciences”, t. 24(6), s. 413–424 (<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.03.004>).
- Kuha Jouni, 2004, *AIC and BIC: Comparisons of Assumptions and Performance*, „Sociological Methods & Research”, t. 33(2), s. 188–229 (<https://doi.org/10.1177/0049124103262065>).
- Kunter Mareike i in., 2011, *Teacher Enthusiasm: Dimensionality And Context Specificity*, „Contemporary Educational Psychology”, t. 36(4), s. 289–301 (<https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2011.07.001>).
- Lindenberg Siegwart, Steg Linda, 2007, *Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental Behavior*, „Journal of Social Issues”, t. 63(1), s. 117–137 (<https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>).
- Loewenstein George, Schkade David, 1999, *Wouldn't It Be Nice? Predicting Future Feelings*, w: Daniel Kahneman, Ed Diener, Norbert Schwarz (red.), *Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology*, Russell Sage Foundation, Chicago, s. 85–105.
- Marcus George E., Mackuen Michael B., 1993, *Anxiety, Enthusiasm, and the Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement During Presidential Campaigns*, „The American Political Science Review”, t. 87(3), s. 672–685 (<https://doi.org/10.2307/2938743>).
- Matuszewski Paweł, 2015, *Techniki redukowania efektu oczekiwania społecznych w pytaniach o frekwencję wyborczą*, „Studia Politologiczne”, t. 37, s. 312–333.
- Mood Carina, 2010, *Logistic Regression: Why We Cannot Do What We Think We Can Do, and What We Can Do About It*, „European Sociological Review”, t. 26(1), s. 67–82 (<https://doi.org/10.1093/esr/jcp006>).
- Ossowska Maria, 1947, *Egoizm i altruizm a typy stosunków społecznych*, „Przegląd Socjologiczny”, t. 9(1–4), s. 63–72.
- Pierce Tamarha, Lydon John E., Yang Seungmi, 2001, *Enthusiasm and Moral Commitment: What Sustains Family Caregivers of Those with Dementia*, „Basic and Applied Social Psychology”, t. 23(1), s. 29–41 (https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2301_3).
- Poggi Isabella, 2007, *Enthusiasm and Its Contagion: Nature and Function*, w: Ana Paiva, Rui Prada, Rosalind W. Picard (red.), *Affective Computing and Intelligent Interaction*, Springer, s. 410–421 (https://doi.org/10.1007/978-3-540-74889-2_36).
- Punia Poonam, Bala Manju, 2021, *Development and Validation of Teacher Enthusiasm Scale*, „Polish Psychological Bulletin”, t. 52(1), s. 117–129 (doi: 0.24425/ppb.2021.136822).

- Purwanto Bernardinus M., Rostiani, Rokhima, 2022, *The Influence of Enthusiasm and Personal Constraints on the Intention to Continue Volunteering in an Uncertain and Turbulent Environment*, „International Review on Public and Nonprofit Marketing” (<https://doi.org/10.1007/s12208-022-00349-z>).
- Scovil Jonathan, 2023, *Polacy wobec wojny na Ukrainie i ukraińskich uchodźców*. Komunikat z badań, nr 12/2023, Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Turner Jonathan H., 2000, *On the Origins of Human Emotions: A Sociological Inquiry into the Evolution of Human Affect*, Stanford University Press, Stanford.
- Weber Max, 2002, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, tłum. Dorota Lachowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.



- GUS, 2022, *Wolontariat w 2022 r.*, Główny Urząd Statystyczny (https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5491/3/1/1/wolontariat_w_2022.pdf) .
- R Core Team., 2020, *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. *R Foundation for Statistical Computing* [Methodology Reference] (<https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/oxygen-consuming-substances-in-rivers/r-development-core-team-2006>).
- Ukraine Refugee Situation, 2022 (<https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>).

ENTHUSIASM AS A MOTIVATOR OF ASSISTANCE MEASURES FOR REFUGEES FROM UKRAINE. ANALYSIS OF THE CONNECTION BETWEEN ENTHUSIASM AND PROVIDING AID IN THE EMOTIONAL CHOICE MODEL

Paweł Matuszewski, Jacek Bieliński
(Collegium Civitas)

Abstract

The aim of the study was to investigate the importance of enthusiasm in undertaking aid activities for Ukrainian refugees in the first weeks after the Russian invasion in 2022. It examined how beliefs and attitudes regarding immigration, Ukrainians, aid-related behaviour in society and exposure to information about the situation in Ukraine and refugees were linked with enthusiasm and providing aid to refugees. The article proposes a new conceptualisation and operationalisation of the concept of enthusiasm. Jon Elster’s concept of emotional choice was used as a starting point for constructing the empirical model. The explanatory variables were financial aid and material aid. Socio-demographic variables, as well as beliefs, controlled the enthusiasm effect. The analyses used logistic regression on data from the self-designed CAWI study covering a nationwide sample of 1041 adult Poles. The conclusions confirm the usefulness of the theoretical model, as well as the conceptualisation and operationalisation of enthusiasm used. Differences were noted between the factors conducive to material and financial help. In addition, new research directions on the concept of enthusiasm and its role in explaining social phenomena were identified.

key words: Ukrainian refugees, enthusiasm, altruistic behaviour, emotions, emotional choice model

słowa kluczowe: ukraińscy uchodźcy, entuzjazm, zachowania altruistyczne, emocje, model emocjonalnego wyboru