

“Op camera schiet passieve toeschouwer te hulp”



Buurtbewoners, forensen en willekeurige voorbijgangers worden vaak gezien als de voornaamste kracht die misdaad kan voorkomen of kan ingrijpen als er iets ergs gebeurt. Het zijn veelal deze mensen die als eerste een noodsituatie of misdrijf zien gebeuren. Toch kiezen zij er vaak voor om niet in te grijpen en bellen soms niet eens de politie.

Wanneer er veel omstanders aanwezig zijn tijdens een noodsituatie, grijpen mensen minder vaak en minder snel in dan wanneer zij alleen getuige zijn hiervan. Dit verschijnsel wordt ook wel het passieve toeschouwer effect of het *bystander effect* genoemd. Een van de belangrijkste redenen waarom de aanwezigheid van derden het hulpgedrag vermindert, is dat mensen hun verantwoordelijkheidsgevoel op de overige omstanders afschuiven. Dit zorgt ervoor dat mensen zich minder schuldig voelen als zij besluiten om niet in te grijpen. Het lijkt erop dat mensen tijdens een noodsituatie impliciet de situatie beoordelen en hierbij een afweging maken van de kosten en baten wat betreft ingrijpen versus niet ingrijpen.

Motivatie van passieve toeschouwer

Mensen gebruiken hun hulpgedrag vaak om een goede indruk te maken. Wanneer we iemand helpen, tonen we aan dat we pro sociaal zijn en over vaardigheden beschikken die andere mensen waarderen. De reputatie van de hulpgevende zal hierdoor worden verhoogd. Op de lange

- Wanneer er veel omstanders aanwezig zijn tijdens een noodsituatie, grijpen mensen minder vaak en minder snel in dan wanneer zij alleen getuige zijn hiervan.
- Echter, wanneer men bewust wordt gemaakt van hun publieke aanwezigheid door bijvoorbeeld een camera in de omgeving, gebeurt het omgekeerde.

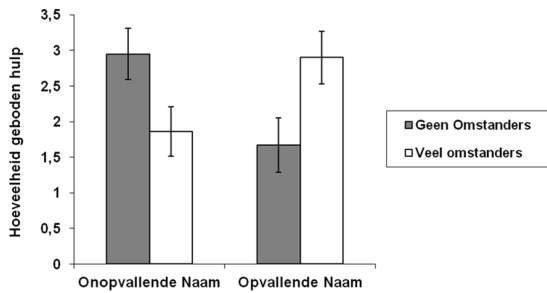
termijn heeft dit enorm veel voordelen, bijvoorbeeld voor toekomstige samenwerking en het helpt zelfs bij het vinden van een partner.

Vanuit het bovenstaande is het logisch om te denken dat in een noodsituatie waarin veel omstanders aanwezig zijn, het juist effectiever is om hulp te bieden aan iemand dan wanneer er weinig omstanders in de buurt zijn. Er zijn dan immers meer mensen die jouw hulpgevende gedrag kunnen zien en zal het jouw reputatie extra goed doen. Onderzoekers Marco van Bommel, Jan-Willem van Prooijen, Henk Eiffers en Paul van Lange redeneren dat mensen zich niet altijd bewust zijn van het feit dat ingrijpen of hulp bieden hun reputatie goed kan doen, en dat niks doen slechte gevolgen kan hebben. In twee experimenten hebben de onderzoekers geprobeerd om mensen, door middel van subtiele aanwijzingen in de omgeving, bewust te maken van hun eigen gedrag en dat hun handelen consequenties kan hebben voor hun reputatie. De onderzoekers ontdekten dat in sommige gevallen de aanwezigheid van anderen juist ervoor zorgt dat toeschouwers te hulp schieten, met name in situaties waarin het publieke zelfbewustzijn is verhoogd door bijvoorbeeld een camera.

Experimenteren op een online forum

In de twee experimenten lazen de participanten op een online forum berichten van mensen in emotionele nood. Op het forum varieerden de onderzoekers het aantal mensen dat online was om zowel een *bystander* situatie te

Figuur 1. Het aantal verzonden berichten in Exp. 1.



creëren als een situatie waarin de participant het gevoel had dat hij of zij alleen op het forum aanwezig was.

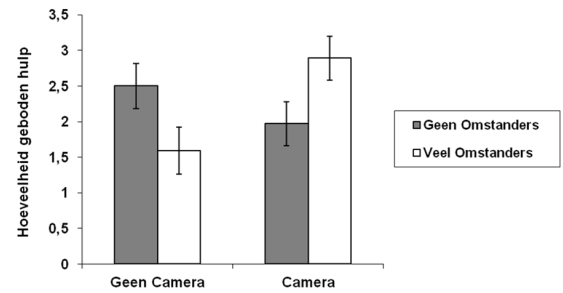
In het eerste experiment werd getest of mensen eerder hulp aan zouden bieden (berichten achterlaten) als ze het gevoel kregen dat hun aanwezigheid op het forum opvallend was. Om een *bystander effect* te creëren werd op het online forum de naam van de participant in het rood weergegeven, terwijl alle andere informatie in zwart werd weergegeven. De kleur rood wordt in sociale interactie vaak met iets belangrijks geassocieerd en trekt de aandacht. In het tweede experiment werd gebruik gemaakt van een camera om het publieke bewustzijn van de participanten te verhogen. Tijdens het experiment werd een webcam op de participant gericht. Een camera is in vele andere experimentele onderzoeken ook gebruikt en is een goed gevalideerde manier om het publieke bewustzijn te verhogen.

Naast de twee experimentele groepen, participeerden ook twee controlegroepen in het onderzoek. De controlegroepen kregen geen webcam op zich gericht en ook op het online forum werd hun naam niet in het rood weergegeven. Op deze manier konden de onderzoekers een goede vergelijking maken met de experimentele groepen.

Omgekeerde bystander effect

De onderzoekers vonden bij de controlegroepen het klassieke *bystander effect*: Wanneer er veel personen op het forum aanwezig waren, boden mensen inderdaad minder vaak hulp in de vorm van berichten dan wanneer er niemand anders aanwezig was. Maar wanneer de onderzoekers de participanten het gevoel gaven dat hun aanwezigheid opvallend was (zie Figuur 1) of een webcam op hen richtten (zie Figuur 2), gebeurde plots het omgekeerde. Wanneer de participanten zich bewust waren van hun publieke aanwezigheid, zorgde de nabijheid van anderen voor een verhoging in

Figuur 2. Het aantal verzonden berichten in Exp. 2.



het hulpgedrag. Dit geeft aan dat reputatie een belangrijke rol speelt bij het vraagstuk over het *bystander effect*.

Het onderzoek van Van Bommel, Van Prooijen, Elffers en Van Lange is één van de eerste die herhaaldelijk een omgekeerd *bystander effect* aantoonde. De resultaten van beide experimenten laten zien dat het *bystander effect* kan worden omgedraaid door gebruik te maken van kleine aanwijzingen (zoals een camera) die het publieke bewustzijn in sociale settings verhoogt. Zo een aanwijzing kan ervoor zorgen dat mensen bewust worden van de positieve gevolgen die het bieden van hulp kan hebben voor hun reputatie. Mensen die zich bewust zijn van deze positieve gevolgen, zijn gemotiveerder om een helpende hand te bieden aan iemand in nood.

Bommel, M. van, Prooijen, J-W. van, Elffers, H. & Lange, P.A.M. van. (2012). Be aware to care: Public self-awareness leads to reversal of the bystander effect. Journal of Experimental Social Psychology, 48, 926-930.

Omstanders vs. Geen omstanders

Wanneer er **veel omstanders** aanwezig zijn, kiezen veel mensen ervoor om **niet in te grijpen** als zij getuige zijn van een **noodsituatie**

Dit verschijnsel wordt ook wel het **bystander effect** genoemd

Maar wanneer mensen zich bewust zijn van hun **publieke aanwezigheid** in een drukke sociale omgeving, door bijvoorbeeld een camera, bieden zij juist **eerder hun hulp aan**

Deze uitkomsten laten zien dat **reputatie** een belangrijke factor is in onderzoek naar het bystander effect