

## STRESZCZENIE

W licznych badaniach z różnych dziedzin psychologii, m.in. społecznej, poznawczej, zachowań konsumenckich czy osobowości, sprawdza się jak ludzie oceniają pojedynczy element w porównaniu do zbioru podobnych elementów. Najczęściej eksperymentator formułuje pytanie o to, jak bardzo danej osobie podoba się pojedynczy obiekt (*target*) w stosunku do zbioru elementów o podobnej charakterystyce (standard porównania). Dominującym wynikiem takich eksperymentów jest stwierdzenie, że gdy porównuje się atrakcyjny element pojedynczy ze zbiorem o podobnej atrakcyjności, ten pierwszy będzie oceniany wyżej niż pozostałe. Mamy tu więc do czynienia z efektem zawyżania oceny atrakcyjnego *targetu*.

W dostępnej literaturze jest wiele danych na temat opisywanego w taki sposób efektu zawyżania. Natomiast w kilku opublikowanych badaniach (w tym w badaniach prowadzonych w Polsce, z moim udziałem) uzyskany został wynik przeciwny, wskazujący na obniżanie oceny atrakcyjnego *targetu* względem zbioru elementów podobnych.

Biorąc pod uwagę rosnącą świadomość nagminnego występowania problemów z replikacją wyników badań (tzw. kryzys replikacyjny) ważnym celem niniejszej rozprawy było pokazanie, że efekt odwrócony, polegający na zaniżaniu oceny atrakcyjnego *targetu*, nie jest po prostu konsekwencją błędu pierwszego rodzaju lecz, że jest to efekt rzeczywisty - a więc replikowalny. Jednocześnie chciałam też sprawdzić od czego zależy występowanie odwróconego efektu zawyżania, tym samym prześledzić występowanie możliwych moderatorów tego efektu.

Wyniki sześciu opisanych w tej rozprawie eksperymentów (z których dwa zostały już publikowane) pokazują, że ludzie nie zawsze zawyżają oceny atrakcyjnego *targetu*. W około połowie przeprowadzonych porównań wystąpiło statystycznie istotne zaniżanie takich ocen (a więc efekt odwrócony). Jeśli chodzi o moderatory tego efektu to najbardziej konsekwentne wyniki uzyskane zostały dla wpływu liczebności standardu porównania. Zgodnie z przewidywaniami, efekt zaniżania oceny *targetu* występuje przede wszystkim w przypadku porównań ze standardami porównania będącymi zbiorami o stosunkowo wysokiej liczebności.

*Słowa kluczowe:* bezpośrednie sądy porównawcze, efekt zawyżania/zaniżania, efekt bycia lepszym, wielkość standardu porównania, odwrócony efekt zawyżania