

Spis treści

O autorach	IX
Psychologia społeczna w Polsce	1
Przedmowa	3
Wprowadzenie: O roli procesów poznawczych w wyjaśnianiu zjawisk społecznych	5
<i>Edward Nęcka</i>	

Część 1: WIEDZA I SĄDY O ŚWIECIE SPOŁECZNYM

1. Stereotypy i poznanie: poznawcze podstawy funkcjonowania stereotypów	15
<i>Marcin Bukowski, Marek Drogosz</i>	
1.1. Stereotypy jako efekt kategoryzacji	16
1.2. Dostępność poznawcza stereotypów	18
1.3. Automatyczny dostęp do wiedzy stereotypowej	19
1.4. Ograniczona automatyczność stereotypizacji	21
1.5. Wpływ stereotypów na rozumowanie	24
1.6. Kontrola stereotypizacji – personalizacja, cele indywidualne oraz narracje	25
1.7. Paradoksalne efekty kontroli stereotypów	29
1.8. Wpływ stereotypów na zachowanie	30
1.9. Uwagi końcowe	32
Literatura cytowana	33
2. Poznawcze źródła przekonań politycznych	37
<i>Małgorzata Kossowska</i>	
2.1. Co wiadomo na temat przekonań?	38
2.2. O potrzebie analizy formalnych aspektów przekonań politycznych	39
2.3. Osobowość a przekonania polityczne	40
2.4. Poznanie a przekonania polityczne	42
2.5. Motywowane poznanie społeczne a przekonania polityczne	44
2.6. Formalny model przekonań politycznych – próba integracji	46
2.7. Poziom nawyku mentalnego	47
2.8. Poziom predyspozycji osobowych	49
2.9. Poziom elementarnych procesów poznawczych	50
Literatura cytowana	54
3. Czy wyborca myśli? Poznawcze mechanizmy decyzji wyborczych	58
<i>Sylwia Ślifierz, Jan Marković</i>	
3.1. Podejmowanie decyzji jako wynik oceny prawdopodobieństwa wyboru właściwego kandydata	59
3.2. Ograniczona racjonalność a procesy decyzyjne	60
3.3. Podejmowanie decyzji w sytuacji pewności	63
3.4. Wpływ kontekstu zewnętrznego na podejmowanie decyzji	66
3.5. Rola elementarnych procesów poznawczych w podejmowaniu decyzji	68
3.6. Przynależność do określonej kategorii jako przesłanka wyboru	68

VI społeczne ścieżki poznania

3.7. Selekcja informacji wykorzystywanych do podjęcia decyzji	70
3.8. Decyzje jako rezultat zasad organizujących percepcję	72
Literatura cytowana	73
Komentarz: Problemy z wiedzą o świecie społecznym	76
<i>Wiesław Łukaszewski</i>	
Literatura cytowana	82

Część 2: OCENA SPOŁECZNA

4. Poznawczy wymiar różnic kulturowych w spostrzeganiu społecznym	87
<i>Małgorzata Kałaska</i>	
4.1. Kultury – czym są i jak się różnią	88
4.2. Różnice kulturowe w spostrzeganiu społecznym	90
4.2.1. Wnioskowanie o cechach z zachowań	90
4.2.2. Opisywanie siebie i innych	91
4.2.3. Odbieranie komunikatów	92
4.3. Różnice w zakresie preferencji czy możliwości?	93
4.3.1. Pierwsza perspektywa: kultury społeczeństw, kultury wartości, kultury przekonań	93
4.3.2. Kulturowe makro-mikro	96
4.3.3. Druga perspektywa: kultury umysłu	97
4.3.4. Atrybucje przyczyn	98
4.3.5. Język	99
4.3.6. Treść reprezentacji poznawczych	100
4.3.7. Style poznawcze	100
4.3.8. Uwaga	101
4.4. Kulturowa determinacja preferencji czy możliwości?	103
4.5. Integracja perspektyw: kultury wychowania	105
4.6. Kultury do wyboru?	106
4.7. Kultury w praktyce	108
Literatura cytowana	109
5. O różnicach indywidualnych w trafności spostrzegania i oceniania ludzi	112
<i>Magdalena Śmieja</i>	
5.1. Kryteria oceny	113
5.2. Oceniający i jego umiejętności	115
5.2.1. Inteligencja społeczna	115
5.2.2. Wrażliwość interpersonalna	116
5.3. Trafność oceniania a płeć sędziego	119
5.4. Trafność oceniania a osobowość sędziego	120
5.5. Oceniany, czyli właściwości obiektu	122
5.6. Z perspektywy poznawczej	124
5.6.1. Kategoryzowanie	124
5.6.2. Rola obciążenia poznawczego w ocenianiu ludzi	126
Literatura cytowana	128

Komentarz: Jaki zegarek dla ślepcy? Wyznaczniki trafności spostrzegania osób i kulturowe uwarunkowania percepcji interpersonalnej	131
<i>Andrzej Szmałke</i>	
Literatura cytowana	138

Część 3: WPŁYW SPOŁECZNY

6. Poznawcze uwarunkowania wpływu społecznego	141
<i>Sławomir Śpiewak</i>	
6.1. Jedna technika, wiele wyjaśnień	143
6.2. Wiele technik, jedno wyjaśnienie	145
6.3. Umysł poza uwagę	146
6.4. Umysł uległy	147
6.5. Umysł wydrenowany	148
6.6. Umysł wybity z rutyny	150
6.7. Umysł społeczny	152
Literatura cytowana	155
7. Kiedy idziemy za głosem większości... O wpływie sondaży przedwyborczych na wyniki wyborów	157
<i>Andrzej Wiczorek, Małgorzata Kossowska</i>	
7.1. Czy sondaże przedwyborcze rzeczywiście kształtują nasze wybory?	158
7.2. Kiedy efekt większości zachodzi?	159
7.3. Jak wyjaśnić efekt większości?	162
7.3.1. Wpływ społeczny	162
7.3.2. Charakterystyki osobowe	163
7.3.3. Teoria formułowania sądów społecznych	164
7.3.4. Struktura dowodu	164
7.3.5. Czynniki poznawcze	165
7.3.6. Czynniki motywacyjne	166
7.3.7. Podejmowanie decyzji na podstawie eliminacji przez kolejne kryteria	167
7.4. Uwagi końcowe	168
Literatura cytowana	168
8. Poznawcze uwarunkowania skuteczności wizualnego przekazu reklamowego	171
<i>Błażej Szymura, Tomasz Horbaczewski</i>	
8.1. Uwaga jako system efektywnej selekcji informacji	172
8.2. Priorytetowe i zwykłe właściwości przekazu wizualnego	173
8.3. Cechy priorytetowe a efektywność przekazu reklamowego	175
8.3.1. Ruch/Animacja	175
8.3.2. Dystans/Głębokość	176
8.3.3. Kolor/Kontrast	176
8.4. Znajomość marki a efektywność przekazu reklamowego	177
8.5. Elementy graficzne a efektywność przekazu reklamowego	177
8.6. Uwagi końcowe	179
Literatura cytowana	179

Komentarz: Moje trzy grosze o wpływie społecznym	182
<i>Dariusz Doliński</i>	
Literatura cytowana	187

Część 4: ZAGADNIENIA TEORETYCZNE I METODOLOGICZNE

9. Przez poznawczą dziurkę od klucza. O badaniu funkcjonowania umysłu w sytuacjach społecznych	191
<i>Sławomir Śpiewak</i>	
9.1. „Problem królika”	192
9.2. „Poznawcza dziurka od klucza”	193
9.3. Odkrywanie ścieżek mentalnych	194
9.3.1. Prymowanie semantyczne	195
9.3.2. Prymowanie afektywne	198
9.3.3. Prymowanie „niesekwencyjne”	200
9.3.4. Mentalny nadbagaż	205
9.4. Uwagi końcowe	209
Literatura cytowana	211
10. Kilka uwag o naturze i ewolucji nurtu poznania społecznego	215
<i>Miroslaw Kofta</i>	
10.1. Co się zmieniło w <i>social cognition</i> ?	217
10.1.1. Poznanie gorące, nie chłodne	217
10.1.2. Poznanie społeczne jako konstruowanie poznawcze	220
10.1.3. Dominująca rola Ja w poznaniu społecznym	221
10.1.4. Zainteresowanie wysiłkami podmiotu, by kontrolować własne myśli i zachowanie	223
10.1.5. Reprezentacje nie tylko interpersonalne, ale i międzygrupowe	224
10.1.6. Automatyzmy mniej sztywne	227
10.2. Uwagi końcowe	228
Literatura cytowana	229
Indeks nazwisk	233
Indeks rzeczowy	239