



Gdańsk, 19 września 2020

Prof. UG, dr hab. Anna Maria Zawadzka
Institute of Psychology
University of Gdańsk
ul. Bażyńskiego 4
80-592 Gdańsk

Opinia na temat pracy doktorskiej mgr Magdaleny Jabłońskiej pt. "Positive-negative asymmetry in the evaluation of political candidates: the study of frames of reference and context in similarity judgements" pisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Andrzeja Falkowskiego i promotora pomocniczego dr Roberta Mackiewicza.

Praca doktorska Pani Magdaleny Jabłońskiej dotyczy zagadnienia oceny podobieństwa obiektów (tj. charakterystyk osobowych), ewaluacji obiektów i intencji wyboru obiektów w kontekście dodawania i odejmowania pozytywnych i negatywnych cech obiektów, biorąc pod uwagę różną liczbą tych pozytywnych i negatywnych cech obiektów oraz pozytywne i negatywne standardy porównań i dwa typy decyzji (wybór i odrzucenie) w ocenie podobieństwa obiektów, ewaluacji obiektów i ich intencji wyboru. Temat został podjęty ze względu, na istniejące w literaturze z zakresu psychologii poznawczej, społecznej i konsumenta luki, które autorka skrupulatnie wymienia.

Podstawy teoretyczne pracy opisano w trzech rozdziałach. Rozdziały te prezentują zagadnienie - asymetrii pozytywno-negatywnej związanej ze znaczeniem informacji pozytywnych i negatywnych w ocenie obiektów, wyborach czy podejmowaniu decyzji; zagadnienie - zniekształceń procesów poznawczych, które dotyczą występowania efektu sformułowania oraz wpływu ram interpretacyjnych modeli (standardów porównań i typu podejmowanych decyzji) na ocenę podobieństwa pomiędzy obiektami, ewaluację obiektu i wybór obiektu. Autorka, prezentując wymienione zagadnienia odwołuje się do teorii i wniosków z badań przeprowadzonych w różnych kontekstach badawczych - tj. badań podstawowych, społecznej psychologii poznawczej i psychologii konsumenta i marketingu politycznego. Wszystkie teorie i koncepcje opisane są w sposób spójny. Autorka konsekwentnie trzyma się problemu pracy i rozwija kolejne teoretyczne wątki w sposób systematyczny i uporządkowany.

W rozdziale 4 przedstawiono problem pracy, trzy cele realizowane w pracy i sformułowano 7 hipotezy a w rozdziale 5 opisano metodologię badań. Obydwa te rozdziały są przygotowane z należytą starannością i w pełni spełniają swoją funkcję. Drobnym mankamentem jest pomyłka w numeracji predykcji opartych o formuły matematyczne Amosa Tversky'ego (pominięto numer 2).

W kolejnym 6 rozdziale zaprezentowano projekty badawcze, wyniki i dyskusję każdego z siedmiu przeprowadzonych badań eksperymentalnych. Szczególnie cenne w prezentacji każdego z kolejnych eksperymentów jest to, że każdy z nich jest odpowiedzią na ograniczenia wcześniejszego i stanowi pogłębienie i poszerzenie zakresu analiz wcześniejszego. Autorka profesjonalnie omawia problem, testowane hipotezy, zastosowane materiały i procedurę badawczą w każdym z siedmiu eksperymentów. Przy wszystkich eksperymentach przeprowadzono gruntowne analizy za pomocą wielu narzędzi statystycznych (ANOVA, Regresja, Mediacje, aproksymacje matematyczne na podstawie zakładanych modeli teoretycznych, porównania z modelem teoretycznym). Każdy eksperyment kończy dyskusja, która zawiera wnioski z badania, ich krótką interpretację i pytanie, które stanowi przejście do kolejnego badania. Przeprowadzone badania potwierdzają większość testowanych efektów - efektu kontrastu/ efektu asymetrii - w podobieństwie w odniesieniu do złożonych bodźców społecznych. Natomiast hipotezy dotyczące efektu symetrii pozytywno-negatywnej, efektu kontrastu, efektu ram interpretacyjnych w stosunku do oceny i wyborów bodźców społecznych potwierdziły się częściowo. Potwierdzono, że porównanie do standardu złego polityka wiąże się z lepszą oceną danego kandydata niż porównanie do standardu dobrego polityka. W badaniach potwierdzono silny efekt negatywnego standardu porównania. Ustalono, że decyzje negatywne - odrzucenie są bardziej pewne niż decyzje pozytywne - wybór. Podobnie ustalono, że badani lepiej rozróżniają kandydatów - pozytywnego od neutralnego w sytuacji odrzucenia niż wyboru.

Zastosowane projekty badawcze, procedury i różnorodność materiałów skłania do postawienia pewnych pytań i przekazania pewnych komentarzy. Uwagi do każdego z przeprowadzonych eksperymentów zaprezentowano poniżej.

W eksperymencie 1 zbadano jak aktywizowanie pozytywnych i negatywnych standardów porównań zmienia ocenę względnie znanego „obiektu” - polityka. Politykiem sprawdzanym w tym przypadku był amerykański polityk – Obama. Uzyskany efekt wskazał, że ocena tego polityka jest wyższa w porównaniu z dobrym niż zły standardem polityka jednak nie miało to związku z intencją wyboru. Na ile na uzyskany w badaniu efekt mogły mieć wpływ niekontrolowane w eksperymencie czynniki np. sympatie czy antypatie amerykańskie, przekonania polityczne Obamy, hipotetyczna sytuacja wyboru?

W eksperymencie 2 przeanalizowano jak dodawanie pozytywnych i negatywnych cech wpływa na percepcję kandydata, którego wizerunek jest neutralny (ma taką samą liczbę cech pozytywnych i negatywnych). Efekty uzyskano w pomiarze podobieństwa, nie uzyskano w pomiarze oceny i intencji wyboru. Czy oprócz przeprowadzenia pretestu (poprzedzającego badania - Załącznik 1), który identyfikował cechy dobrego i złego polityka, sprawdzano efektywność manipulacji (np. jakie emocje wzbudza dany wizerunek), czy faktycznie w każdej z grup zaktywizował się wizerunek - pozytywny lub negatywny, jako kryterium porównawcze?

Z badania wynika, że osoby były zmotywowane w większym stopniu do postrzegania różnicy w pozytywnym warunku (dobrego polityka) niż negatywnym warunku (złego polityka). Uzyskany wynik można także interpretować zgodnie z regułą przetwarzania informacji (Ibsen) zgodnie z którą pozytywny nastrój sprzyja aktywnemu przetwarzaniu i integrowaniu informacji a negatywny przeciwnie – utrudnia.

W badaniu 3 i badaniu 4 przeanalizowano jak dodawanie pozytywnych i negatywnych cech wpływa na postrzeganie i ocenę kandydata na polityka w zależności od pozytywnego negatywnego wizerunku polityka oraz sprawdzano czy afektywna ocena kandydata na polityka pełni mediacyjną rolę pomiędzy postrzeganiem jego podobieństwa do pozytywnego i negatywnego wizerunku i intencją wyboru danego polityka.

W wymienionych eksperymentach stosowano cechy reprezentujące kategorie – dobry i zły polityk. Cechy te (dobrego i złego polityka) zidentyfikowano stosując metodę MOCOM Kleina i Kernana w badaniu pilotażowym na grupie 96 studentów polskich uniwersytetów $M=24.5$. Starano się zachować reprezentatywność identyfikowanych cech poprzez stosowanie współczynnika dominacji cechy w próbie. W badaniu okazało się, że wysokie współczynniki dominacji uzyskały - w kategorii dobry polityk – „prawicowy”, w kategorii zły polityk – „lewicowy”. Zatem pytanie czy sprawdzano czy efekt bardziej pozytywnej oceny w przypadku „prawicowości” i bardziej negatywnej w przypadku „lewicowości” nie miał wpływu na oceny charakterystyk kandydatów i ich wybory?

Przekonania polityczne (prawicowość i lewicowość) badanych osób (także w części pozostałych eksperymentów) kontrolowano jednym pytaniem na skali od ekstremalnie prawicowy do ekstremalnie lewicowy. W konkluzji wyników dla tej charakterystyki napisano, że badani najczęściej zaznaczali wyniki w środkowej części skali. Jednak omawiany wynik można interpretować inaczej - osoby badane mogły zaznaczać środkową część skali ze względu na ucieczkę od negatywnej autostygmatyzacji, która ma miejsce przy określeniu siebie jako ekstremista.

W badaniu 3 i 4 testowano efekt kontrastu w podobieństwie - sprawdzano jak zmiana liczby cech pozytywnych i negatywnych u dobrego i złego polityka wpływa na jego ocenę. W pilotażu (N=20) sprawdzono pozytywność cech pozytywnych i negatywność cech negatywnych zastosowanych w profilach kandydatów. Jednak nie wiadomo jak współwystępowanie cech w danym profilu może zmieniać jego ocenę.

W badaniach poprzedników dotyczących asymetrii pozytywno-negatywnej w ocenie obiektów i efektu kontrastu stosowano proste/schematyczne bodźce, tutaj zastosowano złożone bodźce społeczne. Pytaniem jakie tu powstaje jest czy współwystępowanie ze sobą danych cech w profilu nie zmienia jego silny negatywności czy pozytywności i tym samym jego oceny i chęci wyboru? Pewne cechy mają taką siłę, że mogą znosić efekty innych cech (tzn. cechy symboliczne) demonstrują to badania konsumenckie w przypadku wizerunków produktów (np. Escalas i Bettman 2003). Podobnie kolejność występowania danej cechy w profilu kolejność (efekt pierwszeństwa / efekt świeżości) może zmieniać jego ogólne znaczenie, ocenę i chęć wyboru. We wniosku autorka wskazuje, że cechy negatywne są bardziej „naładowane” emocjonalnie niż pozytywne zatem mogą być bardziej wyraziste czy symboliczne (np. greedy, disloyal). Teoretyczne predykcje modelu kontrastu są zgodne z wynikami przeprowadzonego eksperymentu w odniesieniu do kandydata negatywnego a nie pozytywnego. Jaki związek z tym wynikiem może mieć wysoka wyrazistość cech negatywnych (eksperymentalnych) profili kandydatów w stosunku do cech pozytywnych? Pewnym ograniczeniem badania 3 jest, mała liczba badanych w pilotażach - testującym bodźce pozytywne i negatywne charakterystyki kandydatów badanych (17 osób, nieokreślona charakterystyka demograficzna) i testującym pozytywność / negatywność cech pozytywnych i negatywnych (20 osób, nieokreślona charakterystyka demograficzna) oraz wnioskowanie statystyczne na podstawie testu ANOVA, który wymaga większych prób.

W badaniu 4 autorka, będąc świadomą ograniczeń badania 3, podejmuje wątek różnicy wyrazistości cech negatywnych czy pozytywnych wprowadzając podział cech ze względu na kluczowe dziedziny percepcji społecznej – sprawczość i moralność/wspólnotowość. W badaniu potwierdzono, że siła negatywnych cech z dziedziny moralności jest większa w ocenie kandydata niż siła pozytywnych cech z dziedziny sprawczości, wynik ten potwierdza wcześniejsze badania w dziedzinie spostrzegania społecznego (np. Abele, Wojciszke 2007; Wojciszke i in. 1998). W ramach zastosowanej procedury - dwukrotnej oceny tego samego kandydata w krótkim czasie, pojawia się pytanie czy ten fakt nie miał wpływu na wynik badania (np. czy nie badano uważności, czy pamięci badanego)?

W badaniach 5 i 6 sprawdzano jak dodawanie cech negatywnych do wizerunku negatywnego i cech pozytywnych do wizerunku pozytywnego zmienia jego ocenę i wybór. Charakterystyki

kandydatów stanowiły psychologiczne profile cech (zestawienie cech z określeniem nasycenia ich pozytywności czy negatywności na skali). Jakie są ograniczenia tego typu pomiaru w kontekście trafności ekologicznej? W badaniu 5 zastosowano skale z krańcami skali określonymi jako – ekstremalnie liberalny vs. ekstremalnie konserwatywny. Nie wiadomo jednak jak osoby rozumiały krańce skali - nie podano definicje określeń – co oznacza „liberalny” co oznacza „konserwatywny”. Można mieć jednocześnie przekonania i liberalne i konserwatywne w zależności od zagadnień (np. wartości, ekonomia).

W ostatnim eksperymencie - 7 - badano jako sformułowanie decyzji (wybór = kontekst pozytywny vs. odrzucenie = kontekst negatywny) wpływa na pewność decyzji – wybór/ odrzucenie – dobrego / złego polityka. Ustalono, że osoby były bardziej pewne swojej decyzji w sytuacji wyboru negatywnego - odrzucenia kandydata a decyzja ta dotyczyła odrzucenia kandydata neutralnego w zestawieniu z pozytywnym (natomiast nie dotyczyła zestawienia kandydata neutralnego z negatywnym). Jak uzyskany wynik można powiązać z wnioskami z badania 4 na temat większej siły negatywnych cech z dziedziny moralności w porównaniu z siłą pozytywnych cech w dziedzinie sprawczości, biorąc pod uwagę zestawy cech składające się na zastosowane w badaniu profile kandydata - neutralny, pozytywnego i negatywnego. Pracę kończy dyskusja, którą obejmuje: podsumowanie, wnioski z siedmiu eksperymentów, interpretację i implikacje praktyczne badań.

Drobnym mankamentem dyskusji są powtórzenia treści (str. 172-178), opisanych we wcześniejszych rozdziałach oraz brak tabeli zestawiającej potwierdzone i niepotwierdzone w badaniach efekty (zależności). Innym drobnym niedopracowaniem jest brak opisu osi rzędnych i odciętych na prezentowanych w pracy wykresach. Niefortunnym jest tłumaczenie ograniczenia związanego z grupą badaną, tym, że inni badacze także prowadzą badania na studentach. Właśnie z tego powodu, że większość badań prowadzona jest na studentach możemy ją tylko uogólniać w odniesieniu do tej grupy. Zatem pożądanym novum tego typu prac jest badanie grup o innych charakterystykach demograficzno-społecznych niż studenci. Podsumowując, praca pomimo, że w recenzji przedstawiono zastrzeżenia, które warto rozwinąć, stanowi cenny wkład w zarówno dziedzinę psychologii poznawczej, społecznej psychologii poznawczej, psychologii konsumenta jak i marketingu politycznego.

Mocnymi stronami pracy są:

- 1) poszerza istniejącą wiedzę dotyczącą efektu asymetrii pozytywno-negatywnej i efektu kontrastu w analizie podobieństwa między obiektami oraz efektu ramy interpretacyjnej o analizę tych efektów w sytuacji dodawania i odejmowania różnej liczby cech pozytywnych i negatywnych do obiektów,

- 2) poszerza wiedzę z zakresu efektu asymetrii pozytywno-negatywnej i efektu kontrastu w analizie podobieństwa o nowy typ obiektów – złożone bodźce społeczne (dotychczas stosowano proste, schematyczne obiekty),
- 3) stanowi pierwszą empiryczną próbę weryfikacji przebiegu ocen podobieństwa między obiektami gdy zmienia się liczba wspólnych i dystynktywnych cech obiektów (oceny tego podobieństwa były aproksymowane dotychczas przy pomocy modeli matematycznych),
- 4) poszerza dotychczasowe badania na temat wartościowości cech negatywnych i pozytywnych w ocenie podobieństwa obiektów o większą liczbę analizowanych cech w stosunku do badań poprzedników,
- 5) dostarcza implikacji praktycznych mogących mieć zastosowanie w psychologii konsumenta i marketingu politycznym.

Tym samym stwierdzam, że rozprawa doktorska mgr Magdaleny Jabłońskiej w pełni spełnia stawiane pracy doktorskiej wymogi i proszę o dopuszczenie do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Anna Maria Budałska