

ABSTRAKT I SŁOWA KLUCZOWE

Odwrócenie preferencji nagród odroczonej odnosi się do sytuacji wyboru nagrody szybszej lub odroczonej i polega na wolniejszym spadku subiektywnej wartości nagrody bardziej odroczonej, gdy odroczenie obydwu nagród wzrasta. Celem pracy było zbadanie tego efektu w kontekście dyskontowania społecznego, czyli spadku wartości nagrody wraz ze wzrostem dystansu społecznego do osoby, dla której jest przeznaczona. Przeprowadzone zostały trzy badania eksperymentalne w paradygmacie dyskontowania społecznego z użyciem nagród hipotetycznych. Sprawdzono wpływ czynników psychologicznych na tempo dyskontowania społecznego, przewidywania opierając między innymi na teorii poziomów reprezentacji Trope i Libermana. W Badaniu 1 prymowano konkretne myślenie o odbiorcach nagród. W Badaniu 1 i 2 testowano skutki wprowadzenia do sytuacji decyzyjnej osób bardzo bliskich jako odbiorców nagród. W Badaniu 3 sprawdzano wpływ odraczania nagród przeznaczonych dla siebie i innych osób na tempo dyskontowania społecznego. W badaniach udział wzięły osoby studiujące, ponadto w Badaniu 2 przetestowano podgrupę osób niestudujących. Uzyskano przewidywane osłabienie efektu odwrócenia preferencji po prymowaniu konkretności. Wprowadzenie osób bardzo bliskich miało przewidywany skutek wzrostu tempa dyskontowania, ale jedynie w warunkach konkretności w Badaniu 1 i w podgrupie osób niestudujących w Badaniu 2. Wyniki potwierdziły przewidywane efekty sumowania się dystansów społecznego i czasowego na prędkość spadku atrakcyjności nagród społecznych w Badaniu 3, jednak nie stwierdzono istotności efektu spadku tempa dyskontowania społecznego po jednakowym odroczeniu obydwu nagród. Nie potwierdziły się również spodziewane zależności między wskaźnikiem prędkości dyskontowania czasowego a tempem dyskontowania społecznego w wybranych kombinacjach odroczeń, oraz ich

różnicami. Pomimo formalnych podobieństw dyskontowania czasowego i społecznego, wyniki ukazały specyfikę tego drugiego procesu.

Słowa kluczowe: dyskontowanie społeczne, teoria poziomów reprezentacji, dystans psychologiczny, dystans społeczny, odwrócenie preferencji

ABSTRACT AND KEYWORDS

Preference reversal is the phenomenon of slowing down of the discounting rate of a delayed reward when both rewards in a choice situation are delayed. The purpose of this thesis is examination of the effect within the paradigm of social discounting, in which the rewards are intended for people of varying social distance to the decision maker. Some of the predictions were made based on Trope's and Liberman's construal level theory. Three experiments were conducted. In Study 1 the manipulation consisted of priming concrete representations of the different people on the social distance scale. Study 1 and 2 included people very close on the social distance scale to the choice situation. Study 3 tested the effects of delaying rewards intended for the decision maker and for other people. The test subjects included university students, and also in Study 2 non-students. The predicted diminution of the preference reversal after concreteness priming was confirmed. The introduction of very close people as reward recipients had the expected effect of increasing the discounting rate, but only in the condition of concreteness in Study 1 and in the subgroup of non-students in Study 2. The results confirmed the anticipated additive effect of social and time distances on the social discounting rate in Study 3. However, no significant slowing down of discounting rate after delaying both social rewards was found. The expected correlations between the rate of delay and social discounting were also not confirmed. Despite formal similarities between time and social discounting, the results revealed the specificity of the latter process.

Key words: social discounting, construal level theory, psychological distance, social distance, preference reversal