

XIX Konferencja ASPE 2026

Psychologia Ekonomiczna

KSIĘGA ABSTRAKTÓW

Sky Tower, Wrocław

21–22 maja 2026



Instytut Psychologii UWr · organizator



Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego ·
organizator



Ariadna · sponsor

Informacje praktyczne dla uczestników

Wydarzenia towarzyszące

Środa, 20 maja · 19:00–23:00

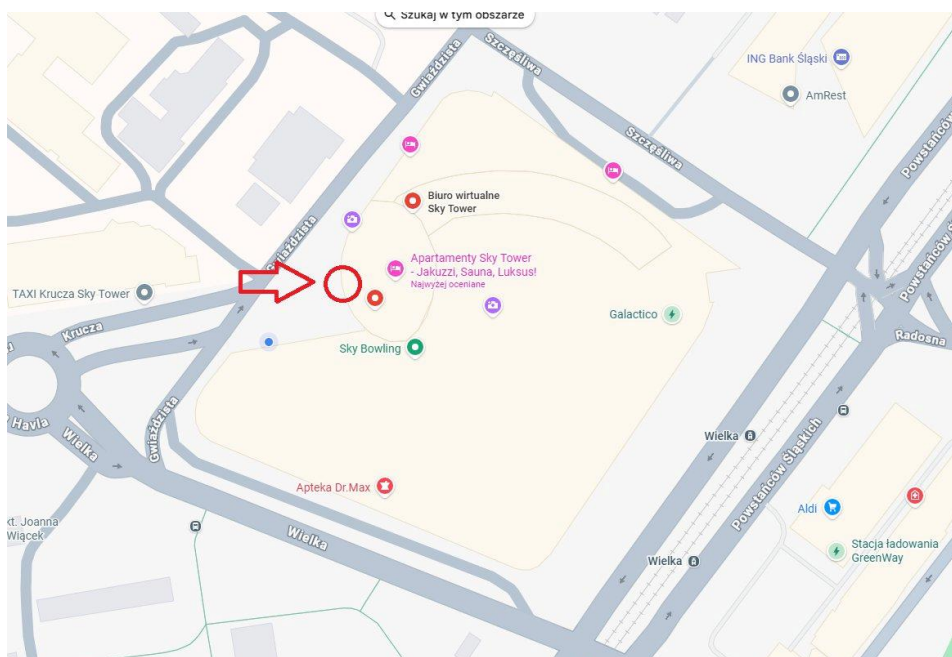
Spotkanie integracyjne w nieformalnej atmosferze · FAM, ul. Kolejowa 14/16, 53-508 Wrocław

Czwartek, 21 maja · 20:00

Uroczysta kolacja konferencyjna · Odra Centrum, Wybrzeże J. Słowackiego 5B, 50-406 Wrocław

Miejsce konferencji

Sky Tower, ul. Powstańców Śląskich 95, Wrocław, 7. piętro WSKZ. Wejście do windy znajduje się w części Sky Offices od strony ul. Gwiaździstej 66.



Czerwona strzałka wskazuje wejście do windy WSKZ (część Sky Offices od ul. Gwiaździstej).

Kolacja

Czwartek 21 maja 2026, godz. 20:00, Odra Centrum, Wybrzeże J. Słowackiego 5B, 50-406 Wrocław, tel. 512 40 60 70.

Komunikacja miejska

Najbliższe przystanki tramwajowe to Powstańców Śląskich oraz Wielka. Do Sky Tower dojeżdżają tramwaje linii 2, 6, 7, 17 i 20.

Parking

Parking podziemny w Sky Tower udostępnia około 500 miejsc. Wjazd od ul. Wielkiej.

Format wystąpień

Każde wystąpienie obejmuje 13 minut prezentacji oraz 5 minut dyskusji.

Program konferencji

Czwartek, 21 maja 2026

08:30	Rejestracja uczestników
09:00–09:30	Otwarcie konferencji
09:30–10:30	Wykład plenarny — prof. Maciej Karwowski „Ejaj a twórcze myślenie (w nauce i nie tylko)”
10:30–10:50	Wystąpienie sponsorskie: Tomasz Baran, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna „Czy syntetyczne osoby badane to tylko »urban legend«?”
10:50–11:15	Przerwa kawowa
11:15–12:45	Sala A · Sesja 1 · Finanse osobiste i oszczędzanie Prowadzi: Elżbieta Kubińska 11:15 · Franciszek Ostaszewski Rola dobrostanu w wyborach międzyokresowych i ryzykowanych w paradygmacie badań nad procesami dyskontowania 11:33 · Filip Pietkiewicz-Bednarek Bariery psychologiczne i iluzje poznawcze w planowaniu emerytalnym młodych dorosłych 11:51 · Anna Hełka Obywatele USA zaciągają długi dla innych nawet częściej niż Polscy: znaczenie motywów zadłużania się dla innych w zależności od inicjatora i rodzaju zobowiązania finansowego 12:09 · Jakub Krawiec Interwencje behawioralne wspierające oszczędzanie: przegląd systematyczny i metaanaliza (2000–2025) 12:27 · Elżbieta Kubińska Czy lepiej być nadmiernie pewnym siebie czy posiadać wiedzę finansową? Ranking profili inwestorów z wykorzystaniem metody PROMETHEE Sala B · Sesja 2 · Społeczne, rozwojowe i konsumenckie zachowania ekonomiczne Prowadzi: Andrzej Falkowski 11:15 · Agata Trzczińska Zrozumieć materializm przedszkolaków: rola statusu ekonomicznego rodziny, samooceny i teorii umysłu 11:33 · Patrycja Golus Czy praktyki religijne adolescentów wiążą się z niższym materializmem? Znaczenie materializmu i duchowości rodziców 11:51 · Joanna Rudzińska-Wojciechowska Żeby zyskać czy żeby zranić? Co stoi za uogólnioną negatywną wzajemnością 12:09 · Paweł Kuśmierczyk Rola płci w „gift exchange game” z rzeczywistym wysiłkiem i negocjacjami przedkontraktowymi 12:27 · Andrzej Falkowski Atrakcyjność wizualna a oceny interpersonalne: znaczenie mikrocech wyglądu kobiety w komunikacji marketingowej
12:45–14:00	Lunch (sesja posterowa równoległe 13:15–14:30)
13:15–14:30	Sesja posterowa · 11 posterów (kolejność alfabetyczna) P1 · Magdalena Adamczyk-Kowalczyk Umiejscowienie kontroli i poczucie własnej skuteczności a sytuacja finansowa P2 · Damian Cyman Heurystyki jako adaptacyjny mechanizm podejmowania decyzji finansowych przez konsumentów P3 · Nicole Drolsum Boosting Numeric Confidence and Decision-Making with Self-Affirmation P4 · Alicja Grochowska Konstrukcja i własności psychometryczne Kwestionariusza Świadomości Perswazji. Badanie wstępne P5 · Damian Hamerski Skuteczność wirtualnej rzeczywistości w szkoleniach wysokośćowych. Implikacje dla rozwoju kapitału ludzkiego w organizacji P6 · Konrad Kiełtyka Dysonans poznawczy u dzieci i młodzieży P7 · Wiktoria Kończak Psychologia zachowań ekonomicznych: jak emocje i zachowania wpływają na zarządzanie pieniędzmi P8 · Dawid Narewski Postawy wobec pieniędzy i wiedza finansowa: badanie autostereotypów i heterostereotypów wśród studentów ALK P9 · Kinga Skotnicka Doświadczenie wykluczenia społecznego a podejmowanie ryzykownych decyzji finansowych: replikacja badania eksperymentalnego P10 · Agnieszka Smółka-Dolecka Kiedy ryzyko nie wystarcza: co napędza zachowania ochronne w czasie kryzysu zdrowotnego P11 · Edyta Sperling Czas vs wysiłek: nieliniowa natura oceny jakości w sztuce P12 · Kacper Szymański Zarządzanie reputacją przez błędy decyzyjne
14:45–16:15	Sala A · Sesja 3 · Zdolności numeryczne i jakość decyzji Prowadzi: Agata Sobków

	<p>14:45 · Jakub Traczyk Czy przewidywane przez teorię perspektywy klasyczne efekty dotyczące postaw wobec ryzyka wynikają tylko ze złożoności zadania decyzyjnego? Raczej nie.</p> <p>15:03 · Supratik Mondal Closing the Numeracy Gap: Using Deliberation-Based Interventions to Equalize Decision Quality</p> <p>15:21 · Hanna Godlewska Wpływ torowania numerycznego na podatność na efekt framingu u osób o różnych zdolnościach numerycznych</p> <p>15:39 · Michał Zięba Asymetria zysk–strata w perspektywie adaptacyjnej: rola zdolności numerycznych</p> <p>15:57 · Agata Sobków Czy trening mentalnej osi liczbowej może trwale poprawić jakość podejmowanych decyzji?</p> <p>Sala B · Sesja 4 · Język obcy, kłamstwo i poznanie moralne Prowadzi: Katarzyna Cantarero</p> <p>14:45 · Aleksandra Pytlińska Historia więźnia, który rozważał dylemat nie w swoim języku – o tym, czy język obcy wpływa na strategie negocjacyjne</p> <p>15:03 · Patryk Kamiński Efekt używania języka obcego na zachowania nieuczciwe</p> <p>15:21 · Wojciech Milczarski Co przychodzi na myśl pierwsze, ma znaczenie: walidacja Query Theory w osądach moralnych</p> <p>15:39 · Sebastian Wnęk Satysfakcja z relacji a kłamstwa prospołeczne: moderująca rola postrzeganej moralności – badanie podłużne</p> <p>15:57 · Katarzyna Cantarero Gra w Koty i Psy a oszukiwanie: trafność nowej manipulacji nieuczciwością</p>
16:15–16:30	Przerwa kawowa
16:30–17:30	Walne zebranie ASPE
20:00	<p>Uroczysta kolacja — Odra Centrum Wybrzeże Juliusza Słowackiego 5B, 50-406 Wrocław (obok Mostu Grunwaldzkiego) odracentrum.org · tel. 512 40 60 70</p>

Piątek, 22 maja 2026

09:00–10:30	<p>Sala A · Sesja 5 · Ryzyko: biologia, stan, wyobraźnia Prowadzi: Tomasz Zaleskiewicz</p> <p>09:00 · Anna Świętek „Kobieta zmienną jest”. Związek między poziomem estradiolu a podejmowanym ryzykiem 09:18 · Beata Andrzejewska Ekstremalne zmęczenie fizyczne a podejmowanie ryzyka: podejście dwuprocesowe w badaniach terenowych 09:36 · Magdalena Brzozowicz Rola wyobrażeń w kształtowaniu decyzji zakupowych i gotowości do zapłaty (WTP) za produkty użytkowe: badanie eksperymentalne 09:54 · Joanna Dix Rola sposobu przetwarzania informacji medycznej (analitycznego vs wyobraźniowego) w kształtowaniu percepcji ryzyka i decyzji zdrowotnych 10:12 · Tomasz Zaleskiewicz Walencja wyobrażeń a gotowość do ryzyka: porównanie nastolatków i dorosłych</p> <p>Sala B · Sesja 6 · Framing, upór i wysiłek Prowadzi: Agata Gąsiorowska</p> <p>09:00 · Katarzyna Pypno-Blajda Jak brzmi moralność? Wpływ słuchania hymnu narodowego na triadę moralną 09:18 · Marta Barnaś Czy moralność podlega tym samym prawom co ryzyko? Teoria perspektywy w decyzjach moralnych 09:36 · Wojciech Białaszek Rola jakościowych atrybutów zadań wymagających wysiłku w wyborach międzyokresowych 09:54 · Jakub Cacek Adaptation takes time: Persistence of compensatory strategy use after repeated task structure change 10:12 · Agata Gąsiorowska Should I Stay or Should I Go? Preferencja spójności jako predyktor trwania przy wyborze w problemie Monty'ego Halla</p>
10:30–10:45	Przerwa kawowa
10:45–12:15	<p>Sala A · Sesja 7 · Sztuczna inteligencja i decyzje algorytmiczne Prowadzi: Alicja Grochowska</p> <p>10:45 · Dorota Kanafa-Chmielewska Ekonomia delegowania: dlaczego ludzie oddają decyzje finansowe sztucznej inteligencji 11:03 · Łukasz Sumliński Ekspertyza, zdolności numeryczne i zaufanie do AI w decyzjach finansowych: zależność między strategiami kalkulacji a czasem namysłu 11:21 · Rafał Muda Od algorytmów do „nas”: socjomorfizacja agentów AI 11:39 · Paweł Niszczota Antyspołeczne zachowania wobec użytkowników dużych modeli językowych: dowody eksperymentalne 11:57 · Alicja Grochowska Efekt ujawniania w reklamach tworzonych przez sztuczną inteligencję i dopasowanych do cech osobowości. Rola osobowości i wiedzy o perswazji</p> <p>Sala B · Sesja 8 · Podstawy i metodologia nauki o decyzjach Prowadzi: Tomasz Kopczewski</p> <p>10:45 · Michał Biatek Przestańcie naprawiać ludzi: dlaczego badacze racjonalności mogą się mylić co do tego, czym jest racjonalność 11:03 · Artur Domurat Teoria czy metafora giętka jak Barbapapa? O potrzebie formalizacji „teorii” dwusystemowej 11:21 · Tomasz Witkowski Rozwiążłość epistemologiczna a praktyki oparte na dowodach w naukach o zachowaniu 11:39 · Emilia Linde Co naprawdę mierzymy podczas badań nad efektem utopionych kosztów? Psychometryczna reewaluacja klasycznych scenariuszy 11:57 · Tomasz Kopczewski Od dydaktyki do odkrycia: „Entropy Lab” jako proof-of-concept modelowania niepewności</p>
12:30–13:30	<p>Panel dyskusyjny Zdrowie finansowe jako konstrukt psychologiczno-ekonomiczny: wyzwania badawcze i aplikacyjne Poprzedzony prezentacją wyników badania Financial Health of Europeans (EFPA Europe, 2025; 10 krajów UE).</p> <p>Moderacja: dr hab. Katarzyna Sekścińska, prof. UW Paneliści (kolejność alfabetyczna): prof. dr hab. Krzysztof Jajuga — Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Prezes Zarządu CFA Society Poland dr Michał Masłowski — Wiceprezes Zarządu Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych Mariola Szymańska — Prezeska EFPA dr hab. Jakub Traczyk, prof. UW — Uniwersytet SWPS</p>
13:30–15:00	Lunch
15:15–16:15	Wyniki konkursu na najlepsze wystąpienie, konkursu „Szare Komórki” oraz zakończenie konferencji

Wykład plenarny

Czwartek, 21 maja 2026 · 09:30–10:30

Ejaj a twórcze myślenie (w nauce i nie tylko)

prof. Maciej Karwowski

To, że upowszechnienie się wielkich modeli językowych wpływa na niemal wszystkie obszary współczesnego życia: od edukacji, przez spędzanie wolnego czasu, radzenie sobie z problemami emocjonalnymi, aż po pracę, jest truizmem. Zalew badań różnej metodologicznie jakości i mnóstwo wygłaszanych z istic rewolucyjnym zapałem sądów na temat znaczenia sztucznej inteligencji i tego, co nam przyniesie, nie ułatwiają trzeźwej i zdystansowanej oceny konsekwencji jej używania. Redaktorzy i recenzenci pism naukowych śledząc trendy widzą, że wraz ze wzrostem popularności modeli językowych liniowo, a w niektórych pismach wykładniczo, rośnie liczba zgłaszanych manuskryptów. Płynność (produktywność) niewątpliwie więc rośnie, zapewne za sprawą ejajowego wspomaganie. Jednocześnie jednak publikowane treści stają się coraz bardziej homogeniczne: używamy bardziej zróżnicowanych słów i fraz, aby mówić coraz bardziej podobne rzeczy. Spada więc giętkość i oryginalność. Czy dlatego, że mówi przez nas stochastyczna papuga trenowana, aby przewidywać następne słowo? W trakcie wystąpienia podsumuję, z konieczności wybiórczo, wnioski na temat roli LLM (i nie tylko) dla ludzkiej kreatywności, skupiając się na badaniach, które traktują AI jako niezależnego twórcę, partnera w tworzeniu, czy też narzędzie przydatne badaczom. Analizując dane z unikalnego eksperymentu naturalnego na czterdziestu tysiącach użytkowników pokażę, jak (i dlaczego) informacja zwrotna dostarczana przez ejaj pomaga ludziom bardziej twórczo myśleć.

Wystąpienie sponsorskie

Czwartek, 21 maja 2026 · 10:30–10:50

Czy syntetyczne osoby badane to tylko »urban legend«?

Tomasz Baran · Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna

Sesja 1

Finanse osobiste i oszczędzanie

Czwartek, 21 maja 2026 · 11:15–12:45 · Sala A · Prowadzący: Elżbieta Kubińska

11:15 Rola dobrostanu w wyborach międzyokresowych i ryzykowanych w paradygmacie badań nad procesami dyskontowania

Franciszek Ostaszewski · Uniwersytet SWPS; Wydział Psychologii; Instytut Psychologii

Współautorzy: Wojciech Białaszek, Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii, Instytut Psychologii

W rozprawie doktorskiej pt. „Rola dobrostanu w wyborach międzyokresowych i ryzykowanych w paradygmacie badań nad procesami dyskontowania” analizuję, w jakim stopniu dobrostan może wiązać się z tendencjami decyzyjnymi, dotyczącymi dyskontowania odroczonego lub prawdopodobnych nagród. Kluczowym założeniem badań jest powiązanie tempa dyskontowania z wieloma nieprzystosowawczymi zachowaniami, powiązanych z pogorszoną jakością życia i dobrostanem. W szczególności u osób szybko dyskontujących raportuje się tendencje do rozwoju uzależnień, sięgania po substancje psychoaktywne, ryzykowne zachowania zdrowotne, hazard, palenie wyrobów tytoniowych i wiele więcej. W programie pięciu badań łączę operacjonalizację dobrostanu jako czynnika latentnego, z modelowaniem bayesowskim parametrów dyskontowania.

Badanie 1A mapowało związki dobrostanu z dyskontowaniem, wskazując, że mogą być one domenowo zróżnicowane oraz zależne od wielkości nagrody. Badanie 1B, osadzone w logice teorii patologii wzmocnienia, pokazało, że nasilenie zachowań nieprzystosowawczych wiąże się z niższym dobrostanem, natomiast sama relacja tempa dyskontowania z dobrostanem wraz z zakładaną moderacyjną rolą nasilenia zachowań nieprzystosowawczych okazały się w dużej mierze niejednoznaczne.

Badania 2A–2B skupione były dookoła wpływu afektu na procesy dyskontowania: w badaniu 2A (behawioralnie) poprzez indukcję nastroju, a w 2B poprzez mierzenie metapoznawczych przewidywania uczestników dotyczących własnych wyborów. W obu badaniach również testowano moderacyjne działanie poziomu dobrostanu. W badaniu 2A dla dyskontowania w czasie uzyskano wzorzec różnic zgodny z hipotezami (najwyraźniej między warunkami pozytywnym i negatywnym), przy braku jednoznacznych dowodów na spodziewaną moderację. Dla dyskontowania w prawdopodobieństwie (w badaniu 2A) oraz w przewidywaniach metapoznawczych (badanie 2B) dominował obraz braku systematycznych różnic, co dodatkowo wsparto porównując modele przy użyciu czynnika Bayesa. Badanie 3 testowało wpływ perspektywy, ramowania wyborów na tempo dyskontowania w czasie i prawdopodobieństwie. Dane dostarczyły silnego wsparcia dla braku efektu warunku i braku zakładanej moderacji przez poziom dobrostanu, aczkolwiek pewne specyficzne różnice zaobserwowano dla osób o niskim poziomie dobrostanu.

Wystąpienie syntetyzuje wnioski, że rola dobrostanu jest bardziej widoczna w decyzjach międzyokresowych niż ryzykowanych, bywa zależna od domeny i kontekstu, a w wielu miejscach, formalnie porównując modele czynnikiem Bayesa, dane wspierają brak efektu.

11:33 Bariery psychologiczne i iluzje poznawcze w planowaniu emerytalnym młodych dorosłych

Filip Pietkiewicz-Bednarek

Współautorzy: Katarzyna Sekścińska

Prezentacja analizuje postawy i świadomość finansową Polaków do 30. roku życia, opierając się na wynikach ogólnopolskich badań zrealizowanych w latach 2023–2025. Rezultaty ujawniają głęboki rozdźwięk między subiektywną a obiektywną wiedzą respondentów o systemie emerytalnym. Młodzi dorośli wykazują emerytalny optymizm: aż 87% z nich znacząco przeszacowuje wysokość przyszłych świadczeń względem prognoz ZUS, a niemal co trzeci zakłada, że jego emerytura będzie równa lub wyższa od ostatniej pensji. Jednocześnie temat zabezpieczenia finansowego przyszłości, choć uznawany za ważny przez większość badanych, jest postrzegany jako trudny i niepilny, co prowadzi do odroczenia decyzji o oszczędzaniu. Poza brakami dotyczącymi wiedzy finansowej, kluczową barierą dla długoterminowego oszczędzania młodych dorosłych jest deficyt zaufania do instytucji publicznych i polityków. Wiąże się to z silną preferencją bezpieczeństwa: aż ok. 2/3 badanych uważa, że dedykowane temu instrumenty finansowe powinny przede wszystkim chronić kapitał, a nie go pomnażać. W procesach decyzyjnych młodzi dorośli w największym stopniu ufają własnej intuicji oraz opiniom znajomych, rzadko sięgając po wiedzę ekspercką.

11:51 Obywatele USA zaciągają długi dla innych nawet częściej niż Polscy: znaczenie motywów zadłużania się dla innych w zależności od inicjatora i rodzaju zobowiązania finansowego

Anna Hełka · Uniwersytet SWPS; Wydział Psychologii w Katowicach; Instytut Psychologii

Współautorzy: Patrycja Śleboda (Baruch College, City University of New York); Monika Kornacka i Karolina Dukąła (Uniwersytet SWPS; Wydział Psychologii w Katowicach; Instytut Psychologii)

Pionierskie badania Hełki i współpracowników (2023) wykazały, że ponad 15% Polaków zadłużyło się dla kogoś innego i spłacało te zobowiązania, chociaż nie korzystali sami z tych pieniędzy lub zakupu. Niemal połowa tych pożyczek nie dotyczyła członka rodziny ani partnera. Dobór krewniaczy się tłumaczy więc zadłużania się dla innych. W badaniu Hełki i współpracowników (2023) zaobserwowano liczne różnice ($p < 0,05$) w znaczeniu przyczyn zadłużania się u innych w zależności od inicjatora oraz rodzaju długu.

CEL i METODA: Jak dotąd nie przeprowadzono badań nad zadłużaniem się dla innych poza Polską, mimo że badania Dunn i in. (2008) z większości krajów (Aknin i in., 2013) wykazały, że wydawanie pieniędzy (bez zadłużania) na innych zwiększa poziom szczęścia bardziej niż wydawanie na siebie. Dlatego przeprowadziliśmy prerejestrowaną (AsPredicted #247 078) replikację eksperymentalnego badania międzyosobniczego (2x2) Hełki i in. (2023) na reprezentatywnej próbie obywateli USA ($N = 2015$). Celami badania były: pomiar częstości zadłużenia się dla innych wśród obywateli USA oraz znaczenia 11 motywów zaciągania pożyczek dla innych (w skali od 0 – nieistotne do 100 – kluczowe), w zależności od: (1) Inicjatora długu (pożyczkobiorca vs prośbie beneficjenta) oraz (2) Rodzaju długu (pożyczka vs zakup ratalny), a także porównanie wyników na próbach obywateli Polski i USA. Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie obywateli USA ($N=2015$, 50,9% mężczyzn, 49% kobiet, 0,1% osób niebinarnych, $M_{wiek} = 48,26$, $SD_{wiek} = 18,154$).

WYNIKI: Ponad 26% obywateli USA zadłużyło się dla członków rodziny (>61%), przyjaciół (>37%), znajomych (>10%), a nawet obcych (<4%), z czego około połowa zrobiła to z własnej inicjatywy.

Największą wagę przypisano chęci pomocy ($M \geq 70$ na skali od 0 – nieistotne do 100 – kluczowe). W przypadku pożyczek drugim najważniejszym motywem ($M \approx 67$) była chęć poprawy sytuacji finansowej beneficjenta, a w wariancie „zakup ratalny z własnej inicjatywy pożyczkobiorcy”: chęć wręczenia prezentu z okazji jakiejś okazji ($M \approx 70$). W pierwszej trójce znalazła się też chęć uradowania odbiorcy.

Zgodnie z oczekiwaniami odnotowano dla większości motywów różnice ($p < .05$) w znaczeniu motywów zadłużania się w zależności od inicjatywa (potwierdzenie $h1$) oraz rodzaju zobowiązania: (potwierdzenie $h2$). Zaobserwowano również istotne różnice w znaczeniu poszczególnych motywów zadłużania się dla innych pomiędzy obywatelami USA i Polski (potwierdzenie $h3$).

12:09 Interwencje behawioralne wspierające oszczędzanie: przegląd systematyczny i metaanaliza (2000–2025)

Jakub Krawiec · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii w Warszawie

Współautorzy: Damian Dzioba, Atticus Frank, Wojciech Białaszek; Uniwersytet SWPS

Wprowadzenie. Niski poziom oszczędności w gospodarstwach domowych od lat stanowi istotne wyzwanie dla polityki publicznej. Psychologia ekonomiczna wskazuje na szereg barier utrudniających podejmowanie decyzji długoterminowych, takich jak preferencja teraźniejszości, prokrastynacja czy obciążenie poznawcze wynikające ze złożoności decyzji finansowych. Badanie koncentruje się na interwencjach behawioralnych rozumianych jako techniki zmiany zachowania bez wykorzystywania kar i nagród finansowych, w szczególności poprzez kształtowanie architektury wyboru (m.in. opcje domyślne), komunikaty odwołujące się do norm społecznych czy uproszczone formy edukacji finansowej.

Metody. Zgodnie z wytycznymi PRISMA przeprowadzono przegląd systematyczny publikacji z lat 2000–2025. Strategia wyszukiwania łączyła pojęcia związane z interwencjami behawioralnymi z terminami dotyczącymi oszczędzania i oszczędności emerytalnych. Spośród 858 zidentyfikowanych rekordów, po ocenie abstraktów i wybraniu badań empirycznych wykorzystujących schemat eksperymentalny lub quasi-eksperymentalny, ostatecznie do analizy włączono 24 publikacje, z których wyodrębniono 32 wielkości efektu ($k = 32$). Zmiennymi zależnymi były obserwowalne zachowania oszczędnościowe, takie jak decyzja o przystąpieniu do programu, wysokość wpłat czy odłożona kwota.

Wyniki. Średni efekt interwencji był dodatni i statystycznie istotny: $d = 0,26$ ($SE = 0,053$), 95% CI [0,151; 0,369], $p < .001$. Różnicowanie efektów między publikacjami było znaczne ($\tau \approx 0,23$), a test Q potwierdził istotną heterogeniczność ($p < .001$). Analizy moderatorów nie wykazały istotnych różnic ani ze względu na typ interwencji, ani kraj realizacji badania. Odnotowano jedynie eksploracyjny sygnał większych efektów w przypadku interwencji ukierunkowanych na modyfikację celów, który wymaga ostrożnej interpretacji.

Wnioski. Interwencje behawioralne pozbawione finansowych bodźców przynoszą niewielki do umiarkowanego wzrost zachowań oszczędnościowych. Jednocześnie wysoka heterogeniczność wskazuje, że o skuteczności mogą w większym stopniu decydować szczegóły wdrożenia (np. moment zastosowania czy, kanał przekazu) niż ogólna kategoria interwencji czy kontekst kraju.

12:27 Czy lepiej być nadmiernie pewnym siebie czy posiadać wiedzę finansową? Ranking profili inwestorów z wykorzystaniem metody PROMETHEE

Elżbieta Kubińska · Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Akademia Leona Koźmińskiego

Współautorzy: Anna Macko (Akademia Leona Koźmińskiego); Stelios Rozakis (Technical University of Crete)

W literaturze psychologii ekonomicznej i finansów behawioralnych podkreśla się, że decyzje finansowe są wynikiem współwystępowania wiedzy, doświadczenia oraz cech behawioralnych, w tym nadmiernej pewności siebie. Celem badania jest porównanie trzech profili inwestorów wyodrębnionych na podstawie wyników testu wiedzy finansowej FINRA oraz samooceny kompetencji finansowych: (1) osób posiadających wiedzę finansową, (2) osób nadmiernie pewnych siebie, które wysoko oceniają własną wiedzę mimo niskiego poziomu wiedzy obiektywnej, oraz (3) osób świadomych własnej niewiedzy. Punktem wyjścia jest pytanie, czy z perspektywy zachowań finansowych lepiej być rzeczywiście posiadającym wiedzę finansową, czy raczej nadmiernie pewnym siebie.

Do porównania profili zastosowano metodę wielokryterialnego wspomaganie decyzji PROMETHEE. Ocena została oparta na sześciu kryteriach obejmujących trzy wymiary kompetencji finansowych: wiedzę (subiektywna wiedza finansowa, umiejętność różnicowania relacji zysk–ryzyko), doświadczenie (stopa oszczędzania, dywersyfikacja oszczędności) oraz postawy (skłonność do korzystania z rekomendacji AI w decyzjach inwestycyjnych i zdrowotnych). Dodatkowo wykorzystano podejście PT-PROMETHEE, w którym uwzględniono elementy teorii perspektywy, przede wszystkim awersję do strat i efekt status quo.

Wyniki wskazują, że najwyższą pozycję w rankingu zajmuje profil nadmiernie pewny siebie, następnie osoby posiadające wiedzę finansową, natomiast najniżej plasuje się profil świadomie niekompetentny. Otrzymane rezultaty sugerują, że umiarkowana nadmierna pewność siebie może sprzyjać większej aktywności finansowej i dynamice decyzyjnej, choć wiedza finansowa zapewnia większą stabilność i spójność wyników w długim okresie. Badanie podkreśla wielowymiarowy charakter kompetencji finansowych oraz pokazuje, w jaki sposób czynniki behawioralne współdziałają z umiejętnościami poznawczymi w kształtowaniu efektywności decyzji inwestycyjnych.

Słowa kluczowe: wiedza finansowa, nadmierna pewność siebie, PROMETHEE, teoria perspektywy, decyzje finansowe

Sesja 2

Spółeczne, rozwojowe i konsumentckie zachowania ekonomiczne

Czwartek, 21 maja 2026 · 11:15–12:45 · Sala B · Prowadzący: Andrzej Falkowski

11:15 Zrozumieć materializm przedszkolaków: rola statusu ekonomicznego rodziny, samooceny i teorii umysłu

Agata Trzcńska · Uniwersytet Warszawski, Wydział Psychologii

Współautorzy: Wojciech Podsiadłowski, Jowita Wieleiszczyk, Katarzyna Czaplicka-Dziaduch, Aniela Sobuś, Weronika Wąworek (wszyscy: Uniwersytet Warszawski, Wydział Psychologii)

Materializm, definiowany jako tendencja do łączenia dóbr materialnych ze szczęściem i sukcesem, może ujawniać się już we wczesnym dzieciństwie. Niniejsze badanie przyjmuje perspektywę rozwojową, jednocześnie opierając się na założeniach teorii autodeterminacji oraz ujęć kompensacyjnych, wskazujących na rolę statusu ekonomicznego i samooceny w kształtowaniu materializmu. Dotychczasowe badania wskazują na związek materializmu przedszkolaków z samooceną oraz poziomem rozwoju poznawczego (tj. teorii umysłu), jednak mechanizmy łączące sytuację ekonomiczną dzieci z materializmem pozostają słabo poznane. Celem badania było zbadanie relacji między postrzeganym przez dzieci statusem ekonomicznym rodziny, samooceną oraz materializmem, z uwzględnieniem moderującej roli teorii umysłu.

W badaniu uczestniczyło 305 dzieci w wieku 44-87 miesięcy. Zastosowano narzędzia obrazkowe (dostosowane do wieku przedszkolnego) mierzące tendencje materialistyczne, samoocenę oraz postrzegany status ekonomiczny rodziny. Poziom teorii umysłu oceniano przy użyciu klasycznych zadań fałszywych przekonaniań. Analizy przeprowadzono w modelu moderowanej mediacji.

Wyniki wykazały, że wyższy postrzegany status ekonomiczny rodziny wiązał się z wyższą samooceną dzieci. Z kolei samoocena była powiązana z materializmem, a charakter tego związku różnił się w zależności od poziomu teorii umysłu. Analizy moderowanej mediacji ujawniły istotny efekt pośredni statusu ekonomicznego na materializm poprzez samoocenę, moderowany przez teorię umysłu.

Uzyskane wyniki wskazują na odmienne wzorce zależności zależnie od poziomu teorii umysłu. U dzieci o słabiej rozwiniętej teorii umysłu wysoki status ekonomiczny rodziny wiązał się z wyższą samooceną, co przekładało się na wyższy materializm. Może to świadczyć o prostej logice dzieci: „Skoro ja mam dużo i czuję się z tym dobrze, to znaczy, że posiadanie dóbr oznacza szczęście i bycie fajnym”. Z kolei u dzieci o bardziej rozwiniętej teorii umysłu obserwowano mechanizm kompensacyjny - niski status finansowy wiązał się z niższą samooceną, co sprzyjało silniejszym tendencjom materialistycznym. Może tu pojawiać się myślenie: „Moja rodzina nie ma zbyt wiele, a ja nie czuję się z tym dobrze. Jeśli będę mieć więcej (dóbr, zabawek), to będę fajniejszy i szczęśliwszy”.

Podsumowując, wyniki badania sugerują, że rozwój teorii umysłu może zmieniać znaczenie dóbr materialnych - od prostego kojarzenia ich ze szczęściem do wykorzystywania ich w celu regulacji samooceny.

11:33 Czy praktyki religijne adolescentów wiążą się z niższym materializmem? Znaczenie materializmu i duchowości rodziców

Patrycja Golus · Uniwersytet Warszawski, Wydział Psychologii

Współautorzy: dr Agata Trzcńska (Uniwersytet Warszawski, Wydział Psychologii)

Materializm to przekonanie, że dobra materialne stanowią główny wyznacznik szczęścia i życiowego sukcesu. W warunkach nasilonego konsumpcjonizmu oraz utrzymujących się nierówności społeczno-ekonomicznych zjawisko to nabiera szczególnego znaczenia. Badania wskazują, że silna orientacja materialistyczna wiąże się z nadmierną konsumpcją, większą skłonnością do ryzyka finansowego oraz obniżonym dobrostanem psychicznym. Szczególnie wrażliwym okresem jest adolescencja, kiedy intensywnie kształtuje się system wartości, a młodzi ludzie są bardziej podatni na porównania społeczne.

Wyróżnia się dwie główne ścieżki kształtowania materializmu: kompensacyjną, związaną z regulacją deficytów emocjonalnych, oraz socjalizacyjną, akcentującą rolę środowiska rodzinnego. Ta druga stanowi podstawową przestrzeń transmisji wartości - tendencje materialistyczne rodziców sprzyjają analogicznym orientacjom dzieci.

Jednocześnie wskazuje się na potencjalne czynniki ochronne, takie jak religijność i duchowość. Zmiennie te pozostają zazwyczaj w negatywnej relacji z materializmem, szczególnie gdy wiążą się z orientacją na wartości niematerialne i transcendencję. Coraz częściej podkreśla się, że znaczenie może mieć nie tylko formalna przynależność religijna, lecz poziom duchowości. Nadal jednak brakuje badań ujmujących łącznie materializm dziecka i rodzica oraz religijność i duchowość rodzica, a także praktyki religijne dziecka w jednym modelu analitycznym.

W odpowiedzi na tę lukę przeprowadzono badanie metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie rodziców młodzieży w wieku 12–16 lat (N = 447), stanowiące część projektu dotyczącego międzypokoleniowej transmisji wartości. Źródłem danych były deklaracje rodziców dotyczące własnego materializmu, duchowości i religijności oraz materializmu i praktyk religijnych dziecka.

Wyniki pokazały, że praktyki religijne dziecka wiążą się z niższym poziomem jego materializmu (ocenianego przez rodzica), jednak zależność ta ma charakter warunkowy. Ujawniała się wyłącznie w rodzinach, w których materializm rodziców był relatywnie niski, a ich duchowość religijna wysoka. Wpływ praktyk religijnych na orientację materialistyczną młodzieży zależy od spójności i klimatu wartości obecnych w rodzinie, a religijność może nie pełnić funkcji ochronnej w każdych warunkach. Warto podkreślić, iż analizowane zależności odzwierciedlają wyłącznie perspektywę rodzica, uwarunkowaną jego poglądami, co uzasadnia potrzebę prowadzenia dalszych badań, integrujących głos rodziców oraz ich dzieci.

11:51 Żeby zyskać czy żeby zranić? Co stoi za uogólnioną negatywną wzajemnością

Joanna Rudzińska-Wojciechowska · Akademia Leona Koźmińskiego

Współautorzy: Jerzy Wojciechowski (Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski); Katarzyna Sekścińska (Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski)

Gdy ludzie doświadczają niesprawiedliwego traktowania, często sami zaczynają mniej sprawiedliwie traktować innych. Zjawisko to określane jest jako uogólniona negatywna wzajemność (generalized negative reciprocity, GNR). Wciąż jednak nie jest jasne, czy „przekazywanie dalej” niesprawiedliwości wynika przede wszystkim z chęci zaszkodzenia innym po własnym doświadczeniu krzywdy, czy raczej z dążenia do odzyskania strat i osiągnięcia korzyści materialnej. W wielu klasycznych paradygmatach gier ekonomicznych oba te mechanizmy są ze sobą splecione, ponieważ mniej sprawiedliwe potraktowanie osoby trzeciej zwykle zwiększa zysk decydenta. W prezentowanym badaniu rozdzielono te dwa wyjaśnienia, manipulując tym, czy mniej korzystna decyzja wobec kolejnej osoby wiązała się z finansową korzyścią dla uczestnika.

W badaniu wzięły udział 424 osoby. Zastosowano schemat międzygrupowy 2 × 2: rodzaj wcześniejszego doświadczenia (sprawiedliwe vs niesprawiedliwe) × możliwość zysku (zysk vs brak zysku). Najpierw uczestnicy doświadczali sprawiedliwego (50/50) lub niesprawiedliwego traktowania w wyniku decyzji rzekomo podjętej przez wcześniejszego uczestnika, który dzielił 100 „dolarów eksperymentalnych” między siebie a badanego. Następnie uczestnicy podejmowali decyzję dotyczącą nowej, niezaangażowanej osoby: ile dolarów eksperymentalnych (0–100) ma ona otrzymać na start. W warunku zysku dolary eksperymentalne nieprzekazane kolejnej osobie zwiększały wynagrodzenie uczestnika, natomiast w warunku braku zysku decyzja nie miała wpływu na jego wypłatę.

Wyniki pokazały, że uczestnicy potraktowani niesprawiedliwie przekazywali kolejnej osobie mniej zasobów niż uczestnicy potraktowani sprawiedliwie. Niezależnie od tego, mniej przekazywano także wtedy, gdy zatrzymanie dolarów eksperymentalnych przynosiło własną korzyść finansową. Nie stwierdzono jednak istotnej interakcji między wcześniejszym doświadczeniem niesprawiedliwości a możliwością zysku. Oznacza to, że niesprawiedliwość była „przekazywana dalej” zarówno wtedy, gdy uczestnik mógł na tym zyskać, jak i wtedy, gdy nie odnosił żadnej korzyści materialnej.

Wyniki sugerują, że doświadczenie niesprawiedliwości może samo w sobie zwiększać skłonność do mniej sprawiedliwego traktowania osób trzecich, nawet gdy nie wiąże się to z osobistą korzyścią.

12:09 Rola płci w „gift exchange game” z rzeczywistym wysiłkiem i negocjacjami przedkontraktowymi

Paweł Kuśmierczyk · Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu; Wydział Ekonomii i Finansów; Katedra Ekonomii Matematycznej
Współautorzy: Dominika Dewor

Prezentacja omawia wyniki dwóch eksperymentów opartych na wariacie „gift exchange game”. Uczestnikom przydzielono role pracodawców i pracowników, a następnie przeprowadzono trzy rundy eksperymentu w losowych parach, oraz trzy rundy w parach stałych. Eksperyment wprowadzał kilka istotnych modyfikacji oryginalnej gry. Po pierwsze, każda runda rozpoczynała się fazą negocjacji: pracodawcy i pracownicy korzystali ze specjalnego okna czatu, aby negocjować wynagrodzenie i potencjalny wysiłek pracownika. Pozwoliło to badać związek między wysiłkiem deklarowanym a, późniejszym, rzeczywistym. Po drugie, wysiłek pracowników modelowany był jako rzeczywisty, co oznaczało, że nie wprowadzali oni jedynie wartości parametru wysiłku, lecz podejmowali się rzeczywistego zadania (kodując słowa jako ciągi liczb). Po trzecie, duży nacisk w badaniu poświęcony był roli płci, zarówno w fazie negocjacji, jak i przy rzeczywistych decyzjach wysiłkowych.

Podobnie jak wcześniejsze badania, eksperyment wykazał występowanie zjawiska wzajemności, mierzonego jako dodatnia korelacja między wynagrodzeniem oferowanym przez pracodawców a poziomem rzeczywistego poziomu wysiłku pracowników. Jednak efekt ten był, paradoksalnie, silniejszy w grach jednorazowych niż w grach w parze z tym samym graczem. Szczególną uwagę poświęcono roli płci, analizując 4 możliwe kombinacje par pracodawców i pracowników. Badania te wskazały, że o ile wysokości parametrów określanych w fazie negocjacji (wynagrodzenie i deklaracja wysiłku) były niezależne od kombinacji płci w parze, o tyle kombinacja ta okazała się odgrywać istotną rolę w przypadku decyzji o rzeczywistym wysiłku. Ten odnotowano na najwyższym poziomie w przypadku gry z pracodawcą-kobietą i pracownikiem-mężczyzną, co sugeruje, że ten układ może charakteryzować się najwyższą efektywnością na rynku pracy. Dodatkowe analizy rzucają światło na efektywność technik negocjacyjnych (strategie, analiza słów kluczowych) oraz na znaczenie negocjacji przy koordynacji decyzji pracodawców i pracowników.

12:27 Atrakcyjność wizualna a oceny interpersonalne: znaczenie mikrocech wyglądu kobiety w komunikacji marketingowej

Andrzej Falkowski · Uniwersytet SWPS

Współautorzy: Sandra Kobierecka (Uniwersytet SWPS); Anna Dermont (Polskie Porty Lotnicze SA)

W latach 50 kawa rozpuszczalna Nescafe Instant, nowość na rynku, nie cieszyła się popularnością, mimo że była szybsza i wygodniejsza w przygotowaniu. Konsumentki mówiły, że nie smakuje ona tak dobrze jak ta parzona tradycyjnie i unikały jej zakupów. Haire (1950) postanowił zidentyfikować przyczynę takich zachowań. Okazało się, że kobiecie kupującej kawę rozpuszczalną przypisywano dużo cech negatywnych. Uznano, że jest leniwa, i nie jest dobrą żoną. Natomiast konsumentki kawy tradycyjnej były spostrzegane jako gospodarne i dbające o dom.

Te obserwacje stanowiły inspirację do badań empirycznych nad znaczeniem cech oczu kobiety w budowaniu jej marki osobistej. Badania dotyczyły wpływu wybranych cech wyglądu fizycznego, wielkości źrenic oraz długości rzęs, na postrzeganie kobiet w kontekście biznesu, gospodyni domowej, ich atrakcyjności oraz przypisywanych im cech osobowości. W dwuetapowym eksperymencie wykorzystano cyfrowo zmodyfikowane wizerunki kobiet różniące się wyłącznie analizowanymi cechami oczu, wielkością źrenic i długością rzęs. Badani oceniali ich wizerunki za pomocą skal przymiotnikowych, termometru uczuć, oraz miary chęci współpracy. Wyniki analiz czynnikowej pozwoliły na wyodrębnienie dwóch wymiarów ocen, wrażliwości i asertywności, co potwierdza znaczenie cech wyglądu w kształtowaniu społecznego wizerunku.

Wyniki pokazały, że nawet subtelne zmiany w wyglądzie oczu istotnie wpływają na ocenę społeczną i reakcje afektywne odbiorców, wzmacniając pozytywne lub negatywne postrzeganie. Kobiety z dużymi źrenicami i długimi rzęsami oceniane są jako bardziej atrakcyjne, pewne siebie i asertywne, ale częściej przypisuje się im też cechy negatywne, jak arogancja i niegospodarność. Z kolei kobiety z mniejszymi źrenicami i krótszymi rzęsami postrzegane są jako cieplejsze, wrażliwe i lepiej radzące sobie w domu.

Podobnie jak w badaniach Haire, cechy zewnętrzne, jak rodzaj kawy, tak i wygląd oczu może wpływać na ocenę cech osobowości kobiety i postrzeganie jej w roli biznesowej lub tylko zajmującej się domem. Świadomość takiego mechanizmu pozwala skutecznie zarządzać swoim wizerunkiem, zarówno w biznesie jak i życiu osobistym. Uzyskane wyniki podkreślają znaczenie mikro sygnałów wizualnych w kształtowaniu reakcji odbiorców oraz wskazują na ich potencjalną rolę w projektowaniu skutecznych przekazów reklamowych i komunikacji marketingowej.

Sesja 3

Zdolności numeryczne i jakość decyzji

Czwartek, 21 maja 2026 · 14:45–16:15 · Sala A · Prowadzący: Agata Sobków

14:45 Czy przewidywane przez teorię perspektywy klasyczne efekty dotyczące postaw wobec ryzyka wynikają tylko ze złożoności zadania decyzyjnego? Raczej nie.

Jakub Traczyk · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu, Centrum Badań nad Wspieraniem Podejmowania Decyzji

Współautorzy: Supratik Mondal (SWPS University); Sebastian Olschewski (University of Basel; University of Warwick); Emmanouil Konstantinidis (University of Warwick); Agata Sobków (SWPS University)

Niniejszy projekt wpisuje się w aktualną debatę nad naturą postaw wobec ryzyka. Według niedawnych doniesień (Oprea, 2024) klasyczne zjawiska opisane przez teorię perspektywy (np. awersja wobec strat, zniekształcanie prawdopodobieństw) wynikają ze złożoności zadania decyzyjnego, a nie z rzeczywistych preferencji. Podstawą tego stwierdzenia były rezultaty eksperymentu, w którym osoby badane podejmowały decyzje w loteriach pieniężnych oraz ich deterministycznych odpowiednikach. W przypadku loterii konsekwencje pieniężne miały charakter probabilistyczny: wygranie \$3 z prawdopodobieństwem 50% lub \$0 z prawdopodobieństwem 50% prowadziło do zysku w postaci \$3 lub \$0. W przypadku deterministycznych odpowiedników loterii, poziom skomplikowania problemu był taki sam, ale wyeliminowany został aspekt probabilistyczny/niepewności: na przykładzie powyższej loterii jej deterministyczny odpowiednik prowadził do uzyskania \$1,5 na pewno ($50\% * \$3 + 50\% * \0). Zarówno w przypadku loterii jak i ich deterministycznych odpowiedników badani przejawiali awersję do ryzyka oraz zniekształcali prawdopodobieństwa, mimo że w drugim warunku czynniki związane z ryzykiem i prawdopodobieństwem zostały wyeliminowane. Główny wniosek płynący z tego badania wskazywał, że teoria perspektywy opisuje raczej błędy związane ze złożonością zadania decyzyjnego, a nie prawdziwe preferencje wobec ryzyka.

W prerejestrowanym eksperymencie ($N = 665$) z realnymi wypłatami dokonaliśmy konceptualnej replikacji tego efektu. Przy zwiększonej liczbie problemów decyzyjnych oraz kontroli zrozumienia zadania, modelowanie matematyczne wykazało istotne różnice w parametrach teorii perspektywy między warunkami. W przypadku loterii parametr preferencji ryzyka wskazał na klasyczną wklęsłość funkcji wartości ($\alpha = 0,79 [0,74; 0,85]$). W warunku deterministycznym parametr ten oscylował wokół jedności ($\alpha = 1,02 [0,95; 1,09]$), co oznacza liniowość funkcji wartości i neutralność wobec ryzyka. Parametr awersji do strat (λ) był wyraźnie wyższy w warunku ryzyka ($0,50 [0,42; 0,58]$) niż w warunku deterministycznym ($0,22 [0,18; 0,27]$). Zniekształcanie prawdopodobieństw w wagach decyzyjnych było podobne w dwóch warunkach.

Uzyskane dane sugerują, że kluczowe anomalie decyzyjne, takie jak kształt funkcji wartości, zanikają w warunkach deterministycznych. Wyniki te są spójne z krytyką Bankiego i wsp. (2025) i sugerują, że teoria perspektywy opisuje fundamentalne procesy wartościowania w obliczu niepewności, a nie jedynie błędy poznawcze wynikające ze złożoności problemu decyzyjnego.

15:03 Closing the Numeracy Gap: Using Deliberation-Based Interventions to Equalize Decision Quality

Supratik Mondal · SWPS University, Wrocław

Współautorzy: Jakub Traczyk (SWPS University, Wrocław)

Numeracy, the ability to process and understand probabilistic information, is a primary predictor of financial literacy, even after controlling for demographics and cognitive or emotional factors. According to Fuzzy Trace Theory, highly numerate individuals achieve superior outcomes by engaging in deliberative processes that produce precise verbatim representations of a problem. In contrast, less numerate individuals often rely on simplified, less accurate gist representations. In this study, comprising one simulation and two empirical studies, we evaluate a deliberation-based intervention designed to bridge this representational gap and assist less numerate individuals in making decisions that align with normative standards.

We developed a novel similarity measure to quantify representational accuracy (ranging from inaccurate gist to highly accurate verbatim representation) within the choice task. This measure quantifies the degree to which the sample distribution, generated by participants during exploration, approximates the true distribution of a probabilistic outcome (expected value of the gamble). We used the Decision from Experience (DfE) paradigm, where participants explore and experience probabilistic outcomes, to test the predictions of the similarity measure and examine participants' representations across the deliberation intervention.

We employed a within-subjects design with three deliberation levels across two empirical studies. Study 1 (N = 192) revealed a significant positive effect of deliberation on decision accuracy, yet numeracy had no significant effect at any level of deliberation. However, this coincided with an unusually low switching ratio—a factor historically linked to higher accuracy. To address this potential confound, Study 2 (N = 123) controlled for the switching ratio and successfully replicated the initial findings. Results indicated a significant, comparable improvement in decision accuracy as a function of deliberation, with no significant effect of numeracy at any level.

The results demonstrate that, irrespective of numeracy level, participants in the high deliberation condition made more normative choices than those in the low or moderate conditions. This highlights the precision of the similarity measure in facilitating the accurate verbatim representations necessary for less numerate individuals to make better decisions.

15:21 Wpływ torowania numerycznego na podatność na efekt framingu u osób o różnych zdolnościach numerycznych

Hanna Godlewska · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu

Współautorzy: Agata Sobków (Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu)

Cel badania: Celem niniejszego badania jest weryfikacja wpływu torowania numerycznego na podatność na efekt obramowania (framing effect) w kontekście decyzji medycznych. Sprawdzono, czy aktywowanie myślenia statystycznego u decydentów redukuje błędy poznawcze wynikające ze sposobu prezentacji informacji (zyski vs straty) oraz jaką rolę odgrywają w tym procesie indywidualne zdolności numeryczne.

Metoda: Projekt jest badaniem eksperymentem. Stanowi replikację konceptualną badania Blessa i współpracowników (1998). Zastosowano schemat eksperymentalny 2 (framing: pozytywny/negatywny) x 2 (torowanie: myślenie statystyczne/decyzja medyczna). Wykorzystano scenariusz fikcyjnego dylematu medycznego (enzym TAA), wymagający wyboru między opcją pewną a ryzykowną. Zdolności numeryczne mierzono testem Adaptive Berlin Numeracy Test. Badanie skierowano do polskich studentów (z wyłączeniem kierunków medycznych). Docelowa wielkość próby (N=220) została oszacowana testem G*Power.

Hipotezy:

- 1) Prezentacja dylematu w kategoriach strat zwiększy preferencję opcji ryzykownej (H1).
- 2) Torowanie myślenia statystycznego zredukuje efekt framingu w porównaniu do warunku decyzji medycznej (H2).
- 3) Osoby o wysokich zdolnościach numerycznych wykażą silniejszą reakcję na torowanie niż osoby o niskich zdolnościach (H3).

Wyniki i Wnioski zostaną zaprezentowane podczas konferencji.

Bibliografia:

Bless, H., Betsch, T., & Franzen, A. (1998). Framing the framing effect: The impact of context cues on solutions to the "Asian disease" problem. *European Journal of Social Psychology*, 28(2), 287–291. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199803/04\)28:2<287::AID-EJSP861>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199803/04)28:2<287::AID-EJSP861>3.0.CO;2-U)

15:39 Asymetria zysk–strata w perspektywie adaptacyjnej: rola zdolności numerycznych

Michał Zięba · Uniwersytet SWPS Poznań, Wydział Psychologii i Prawa

Asymetria między domeną zysków i strat to jedno z najbardziej stabilnych zjawisk w psychologii ekonomicznej. Od czasu teorii perspektywy wiemy, że straty „boleją” bardziej niż analogiczne zyski cieszą. Coraz częściej jednak efekt ten interpretuje się nie jako błąd poznawczy, lecz jako potencjalnie adaptacyjne dostosowanie do struktury środowiska decyzyjnego. W tym kontekście kluczowe staje się pytanie o rolę indywidualnych różnic poznawczych.

Celem badania było sprawdzenie, czy zdolności numeryczne moderują asymetrię między zyskami i stratami oraz czy efekt ten zależy od kolejności wykonywania zadań. W eksperymencie wzięło udział 320 osób dorosłych.

Zastosowano schemat mieszany 2 (domena: zyski vs. straty) × 2 (zdolności numeryczne: niskie vs. wysokie) × 2 (kolejność: zyski–straty vs. straty–zyski). Zdolności numeryczne mierzono Berlin Numeracy Test.

Wyniki potwierdziły silną asymetrię: uczestnicy podejmowali więcej wyborów w domenie zysków niż strat (duża wielkość efektu). Istotny okazał się także efekt kolejności – osoby rozpoczynające od strat wykazywały większą różnicę między domenami. Sugeruje to, że preferencje kształtują się dynamicznie, a pierwsza rama decyzyjna wpływa na dalszą strategię wyboru.

Najważniejszy z punktu widzenia hipotez był efekt interakcji domeny i zdolności numerycznych. Asymetria była większa u osób o wyższych zdolnościach numerycznych. Choć efekt ten był niewielki, jego kierunek ma istotne znaczenie teoretyczne. Wyniki nie wspierają uproszczonego założenia, że wyższe zdolności poznawcze redukują klasyczne efekty w podejmowaniu decyzji. Przeciwnie, sugerują, że osoby bardziej numeryczne mogą silniej różnicować strategie w zależności od domeny.

Interpretacja w kontekście adaptacyjnego podejmowania decyzji wydaje się szczególnie obiecująca. W domenie zysków większa liczba wyborów może sprzyjać akumulacji nagród, natomiast w domenie strat ostrożniejsza strategia może minimalizować koszty. Większa asymetria u osób o wyższych zdolnościach numerycznych może więc odzwierciedlać trafniejsze rozpoznanie struktury zadania, a nie większą podatność na „błąd”.

Badanie pokazuje, że asymetria zysk–strata pozostaje silnym efektem, ale jej nasilenie zależy zarówno od czynników sytuacyjnych, jak i zasobów poznawczych jednostki. Wyniki wspierają adaptacyjne ujęcie podejmowania decyzji i wnoszą istotny wkład w debatę nad rolą zdolności numerycznych w zachowaniach ekonomicznych.

15:57 Czy trening mentalnej osi liczbowej może trwale poprawić jakość podejmowanych decyzji?

Agata Sobków · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu, Centrum Badań nad Wspieraniem Podejmowania Decyzji

Współautorzy: Jakub Traczyk; Dafina Petrova; Rocio Garcia-Retamero

Umiejętność precyzyjnego, mentalnego odwzorowania wielkości liczbowych stanowi fundament trafnego podejmowania decyzji. Wstępne badania (np. Sobków i wsp., 2019) dowodzą, że trafne mapowanie liczb na osi można z powodzeniem trenować, a nabyte w ten sposób umiejętności ułatwiają m.in. lepsze szacowanie wartości paragonów zakupowych. Niemniej jednak, mechanizmy stojące za tym zjawiskiem wciąż pozostają niejasne. Nie wiemy również, jak długo utrzymują się efekty takiego treningu oraz czy możliwy jest ich transfer na inne zadania.

Podczas wystąpienia zaprezentuję wyniki obszernego, prerejestrowanego badania (N = 486 w preteście; N = 384 w postteście i N = 364 w sesji odroczonej), w którym oceniliśmy skuteczność innowacyjnego programu treningu mentalnej osi liczbowej u osób dorosłych.

Uczestnicy zostali losowo przydzieleni do jednej z czterech grup: eksperymentalnej (trening mentalnej osi liczbowej), jednej z dwóch aktywnych grup kontrolnych albo do pasywnej grupy kontrolnej. Badani wzięli udział w 20 adaptacyjnych sesjach online, zrealizowanych za pomocą dedykowanej aplikacji.

Naszym głównym celem było sprawdzenie, czy poprawa w zakresie mapowania liczb symbolicznych wywołuje transfer umiejętności, przekładając się na trafność szacowania w codziennych sytuacjach, jakość decyzji finansowych oraz percepcję ryzyka. Co równie istotne, zbadaliśmy, czy otrzymane efekty treningu utrzymują się także kilka tygodni po zakończeniu interwencji.

Sesja 4

Język obcy, kłamstwo i poznanie moralne

Czwartek, 21 maja 2026 · 14:45–16:15 · Sala B · Prowadzący: Katarzyna Cantarero

14:45 Historia więźnia, który rozważał dylemat nie w swoim języku – o tym, czy język obcy wpływa na strategię negocjacyjną

Aleksandra Pytlińska · Uniwersytet Wrocławski; Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego

Współautorzy: dr hab. Michał Białek, prof. UWr (Uniwersytet Wrocławski)

Efekt języka obcego (foreign language effect) odnosi się do zmian w procesach decyzyjnych zachodzących w zależności od języka, w którym formułowany jest problem. Dotychczasowe badania wskazują, że podejmowanie decyzji w języku obcym wiąże się z obniżoną awersją do ryzyka oraz mniejszą wrażliwością na kwestie moralne zarówno w sensie deontologicznym, jak i utilitarnym. Te dwie istotne zależności mogą z kolei bezpośrednio wpływać na zachowania strategiczne w kontaktach społecznych, zwłaszcza w kontekście negocjacji.

Naszym celem w ramach niniejszego projektu było zbadanie, czy zmiana języka interakcji moderuje poziom kooperacji i rywalizacji w sytuacji konfliktu interesów. W eksperymencie wykorzystaliśmy dylemat więźnia, który stanowi strategiczną grę umożliwiającą analizę decyzji o współpracy lub zdradzie w warunkach powtarzalnej interakcji. Ten klasyczny model w teorii gier przeprowadziliśmy w dwóch warunkach językowych: ojczystym oraz obcym. Badanie miało odpowiedzieć na pytanie, czy stosowanie języka obcego sprzyja podejmowaniu bardziej instrumentalnych decyzji i mniej kooperacyjnych działań, co może przekładać się na niższy poziom skłonności do współpracy. Co więcej, samo obniżenie awersji do ryzyka w języku obcym może odpowiadać za większą gotowość do strategii konkurencyjnych i koncentracji na zysku własnym, zamiast na zysku obu stron, co mogłoby z kolei wywołać tzw. efekt synergii.

Projekt wychodzi poza klasyczne paradygmaty badań nad efektem języka obcego, koncentrując się w dużej mierze na indywidualnych sądach moralnych, a także ujmuje moralność jako współpracę, przenosząc ją na obszar interakcji ekonomicznych. Wyniki badania przyczynią się do lepszego zrozumienia mechanizmów podejmowania decyzji w środowisku wielojęzycznym oraz praktyk negocjacyjnych w kontekście międzynarodowym – czy używanie języka obcego sprawia, że stajemy się mniej skłonni do współpracy?

15:03 Efekt używania języka obcego na zachowania nieuczciwe

Patryk Kamiński · Uniwersytet Warszawski, Wydział Nauk Ekonomicznych

Dotychczasowe badania nie wskazują jednoznacznie na to, czy używanie obcego języka sprzyja zachowaniom nieuczciwym. W referacie przedstawię dotychczasowe odkrycia w tym obszarze, ze szczególnym uwzględnieniem wyników badań, które wskazują na dwa mechanizmy, które mogą być istotne w kwestii wpływu używania języka obcego na zachowania nieuczciwe. Z jednej strony zjawisko zwiększonej podatności na przeciążenie decyzyjne może zmniejszyć w wymagających poznawczo okolicznościach częstotliwość kłamania w języku obcym. Z drugiej strony czynności wykonywane w kontekście obcojęzycznym zdają się w mniejszym stopniu determinować naszą samoocenę moralną, co może sprzyjać zachowaniom nieuczciwym. Zaprezentuję również projekt badania z użyciem paradygmatów stosowanych w ekonomii eksperymentalnej, nad którym aktualnie pracuję, a którego celem jest lepsze zrozumienie relacji pomiędzy kluczowymi procesami wpływającymi na zachowania nieuczciwe a językiem obcym.

15:21 Co przychodzi na myśl pierwsze, ma znaczenie: walidacja Query Theory w osądach moralnych

Wojciech Milczarski · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego; Wydział Psychologii; Human-AI Fusion Lab; Uniwersytet Wrocławski; Wydział Neofilologii; Instytut Filologii Angielskiej

Współautorzy: Rafał Muda (Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego); Patryk Kamiński (Uniwersytet Warszawski); Michał Białek (Uniwersytet Wrocławski)

Kiedy stajemy przed dylematem moralnym (czy poświęcić jedno życie, by uratować pięć?), co pojawia się w naszej świadomości jako pierwsze: "Uratować pięć osób!" czy "Zabijać jest złe!"? Query Theory zakłada, że decyzje wyłaniają się z sekwencyjnego przeszukiwania pamięci, gdzie to, co przychodzi na myśl najpierw, kształtuje nasz ostateczny wybór (Johnson i in., 2007). Czy można uchwycić ten ukryty proces deliberacji w osądach moralnych?

Opracowaliśmy paradygmat thought-listing łączący spontaniczne generowanie myśli z analizą Standardized Median Rank Difference (SMRD). Polsko-angielskich dwujęzycznych uczestników (N = 486) losowo przydzielono do warunku językowego (polski vs angielski). Uczestnicy rozważali klasyczne dylematy moralne (Trolley, Footbridge), listując wszystkie myśli, które przyszyły im do głowy (1-10 myśli, automatycznie znaczone czasowo). Następnie kategoryzowali każdą myśl jako deontologiczną (zasady moralne, obowiązki, prawa) lub utylitarną (konsekwencje, maksymalizacja dobra), wskazując czy wspiera ona daną kategorię.

Obliczyliśmy dwa warianty SMRD: Pure SMRD (porównanie temporalnej kolejności myśli utylitarnych vs deontologicznych) oraz Action SMRD (myśli wspierające vs przeciwne działaniu).

Wyniki: Język Zmienia "Co", Nie "Kiedy"

Około 82% uczestników wygenerowało myśli możliwe do skategoryzowania. Język wpłynął na treść i ilość myśli, ale nie na ich temporalną kolejność.

Polscy respondenci myśleli więcej (M = 2.90 vs 2.75, p = .020) i inaczej: 48% myśli utylitarnych wobec 44% w grupie anglojęzycznej, która generowała więcej myśli deontologicznych (50% vs 46%; $\chi^2(2) = 7.21$, p = .027).

Kluczowo, język nie wpłynął na sekwencjonowanie deliberacji. Pure SMRD nie różnił się między językami (F = 1.31, p = .253), podobnie jak Action SMRD (F = 0.85, p = .358). Niezależnie od języka, ludzie uporządkowali swoje myśli moralne identycznie.

Zreplikowaliśmy klasyczne efekty dylematów. Trolley (bezosobowy) wywołał więcej rozumowania utylitarnego-najpierw niż Footbridge (osobowa siła; $\beta = -0.18$, p < .001).

Różnice indywidualne dominują

Przy średnich SMRD oscylujących wokół zera, wariancja indywidualna była ogromna (SD ≈ 0.87). Niektórzy konsekwentnie generują myśli utylitarne jako pierwsze, inni deontologiczne. Te stabilne style rozumowania, niewidoczne w tradycyjnych pomiarach, przeważają nad efektami eksperymentalnymi.

Zwalidowaliśmy thought-listing z SMRD jako narzędzie ujawniające dynamikę deliberacji moralnej. Query Theory może jednak nie w pełni opisywać osądów moralnych – nie znaleźliśmy systematycznych wzorców sekwencjonowania ani zmian wywołanych językiem.

Efekt języka obcego okazał się bardziej subtelny: język obcy zmienia dostępność treści moralnych (więcej myśli deontologicznych po angielsku) i głębokość deliberacji (mniej myśli po angielsku), ale nie proces sekwencjonowania (identyczny SMRD). Jeśli język wpływa na decyzje moralne, działa przez dostępność treści, nie przez proces.

Prawdziwa historia? Różnice indywidualne w stylach deliberacji przeważają nad manipulacjami eksperymentalnymi. To, jak myślisz (sekwencjonowanie), jest zaskakująco stabilne między językami, podczas gdy to, co myślisz (treść) i ile myślisz (ilość), zmienia się z kontekstem językowym.

15:39 Satysfakcja z relacji a kłamstwa prospołeczne: moderująca rola postrzeganej moralności – badanie podłużne

Sebastian Wnęk · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu

Współautorzy: Katarzyna Cantarero (Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu; University of Bristol, School of Psychological Science)

W relacjach całkowita szczerłość nie zawsze jest pożądana; istnieją sytuacje, w których kłamstwo jest postrzegane jako etycznie uzasadnione, zwłaszcza gdy powiedzenie prawdy mogłoby sprawić przykrość (Levine & Schweitzer, 2014; Righetti et al., 2022). Prospołeczne kłamstwo mające na celu przyniesienie korzyści innej osobie wiąże się z empatią, współczuciem i życzliwymi intencjami (Levine & Schweitzer, 2014; Cantarero i in., 2018). Pomimo tych pozytywnych związków niewiele wiadomo na temat długoterminowego związku kłamstwa prospołecznego z satysfakcją z relacji. W tym badaniu przeanalizowano dynamikę oszustwa w związkach romantycznych, koncentrując się na tym, jak często osoby angażują się w prospołeczne (zorientowane na partnera) i egoistyczne kłamstwa, jak postrzegają moralność takich kłamstw oraz jak korzystanie z tych kłamstw odnosi się do satysfakcji ze związku. Żeby to sprawdzić, przeprowadziliśmy badanie podłużne składające się z trzech fal (N = 359; sześciomiesięczne odstępy między falami). Dane przeanalizowano przy użyciu Random Intercept- Cross Lagged Panel Modelling (RI-CLPM) w celu oceny efektów wewnątrzosobowych i międzyosobowych na przestrzeni czasu. Analiza wykazała, że wyższy niż zwykle poziom kłamstw prospołecznych ze strony respondenta w T2 przewidywał wyższy niż zwykle poziom satysfakcji ze związku respondenta w T3 ($\beta = .18, p = .011$), podczas gdy wszystkie inne ścieżki krzyżowe były nieistotne. Negatywny związek satysfakcji ze związku z kłamstwem prospołecznym okazał się moderowany przez postrzeganą moralność takiego rodzaju oszustwa. Jeżeli kłamstwo prospołeczne było postrzegane jako moralne, negatywny związek między satysfakcją z relacji a kłamstwem prospołecznym zanikał. Wyniki te sugerują, że kłamstwa prospołeczne mogą służyć jako subtelna, ale potencjalnie ryzykowna strategia utrzymania związku, która sprzyja wytrwałości i satysfakcji poprzez łagodzenie konfliktów i ochronę uczuć partnerów, szczególnie jeżeli zachowanie to jest postrzegane jako moralnie uzasadnione.

15:57 Gra w Koty i Psy a oszukiwanie: trafność nowej manipulacji nieuczciwością

Katarzyna Cantarero · Uniwersytet SWPS; Wydział Psychologii we Wrocławiu

Współautorzy: Wojciech Zdobylak (Uniwersytet SWPS); Michał Białek (Uniwersytet Wrocławski); Paul Conway (University of Southampton)

Opracowaliśmy nową operacjonalizację oszukiwania i przetestowaliśmy ją w trzech badaniach (N = 394). Opierając się na manipulacji Jiang (2013), uczestnicy byli nagradzani za poprawne zgadywanie w kolejnych rundach, czy nadchodzące zdjęcie przedstawia kota czy psa. W warunkach ułatwionego oszukiwania uczestnicy wskazywali, czy zgodli poprawnie, już po zobaczeniu zdjęcia. W warunkach utrudnionego oszukiwania dodatkowo zaznaczali swoją predykcję przed zobaczeniem zdjęcia. Wyniki wykazały wyższą liczbę deklarowanych poprawnych odpowiedzi oraz większą liczbę otrzymanych voucherów na kawę/herbatę w warunkach ułatwionego oszukiwania. Ponadto, wymiar uczciwości (honesty-humility) moderował ten efekt na poziomie tendencji statystycznej. Niższy poziom tej cechy wiązał się z wyższą liczbą deklarowanych poprawnych odpowiedzi w warunkach ułatwionego oszukiwania. Proponowany przez nas paradygmat może być wykorzystywany jako manipulacja oszukiwaniem zarówno wśród dorosłych, jak i dzieci.

Sesja 5

Ryzyko: biologia, stan, wyobrażenia

Piątek, 22 maja 2026 · 09:00–10:30 · Sala A · Prowadzący: Tomasz Zaleśkiewicz

09:00 „Kobieta zmienną jest”. Związek między poziomem estradiolu a podejmowanym ryzykiem

Anna Świątek · Uniwersytet SWPS

Współautorzy: Agata Sobków (Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii, Centrum Badań nad Wspieraniem Podejmowania Decyzji)

Popularne stwierdzenie głosi, że kobiety zmieniają się w zależności od fazy cyklu miesięcznego. Często jest ono nadużywane, lecz istnieje w nim trochę prawdy. W cyklu miesięcznym występują wahania hormonalne, m.in. estradiolu i progesteronu. Postanowiliśmy sprawdzić jaki związek ma cykl miesięczny na podejmowane ryzyko. Skupiliśmy się na roli estradiolu, badając 102 kobiety (51 w fazie folikularnej, gdy estradiol jest na niskim poziomie oraz 51 w fazie owulacji, gdy estradiol osiąga szczytowy poziom). Uczestniczki były w wieku od 18 do 53 lat, żadna z nich nie była w ciąży oraz nie urodziła dziecka w ostatnich 6 miesiącach. Badanie zostało przeprowadzone ankietowo, z wykorzystaniem procedury BART (Balloon Analogue Risk Task) przy pomiarze ryzyka. Nasza hipoteza zakładała wzrost podejmowanego ryzyka w fazie owulacji czyli przy podwyższonym poziomie estradiolu. Dodatkowo, zmierzone zostały inne zmienne jak: liczba przespanych godzin oraz aktualny nastrój.

09:18 Ekstremalne zmęczenie fizyczne a podejmowanie ryzyka: podejście dwuprocesowe w badaniach terenowych

Beata Andrzejewska · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego

Współautorzy: Michał Białek (UWr)

Wprowadzenie: Teoria dwuprocesowa zakłada, że decyzje w warunkach ryzyka opierają się na dwóch systemach: szybkim, intuicyjnym Systemie 1 oraz wolnym, deliberatywnym Systemie 2. Zmęczenie fizyczne, wyczerpując zasoby poznawcze, powinno osłabiać przetwarzanie w Systemie 2 i wymuszać większe poleganie na heurystykach Systemu 1. Jednak kierunek wpływu na podejmowanie ryzyka pozostaje teoretycznie niejednoznaczny. Tradycyjne ujęcia sugerują, że zmęczenie zwiększa skłonność do ryzyka przez impulsywną dominację Systemu 1, podczas gdy perspektywa ewolucyjna przewiduje awersję do ryzyka jako adaptacyjną strategię oszczędzania zasobów.

Metoda: Przeprowadziliśmy dwa eksperymenty terenowe (N=400) badające podejmowanie ryzyka w warunkach ekstremalnego zmęczenia fizycznego. Badanie 1 (N=200) objęło rekreacyjnych biegaczy maratońskich przed i bezpośrednio po ukończeniu maratonu (średni dystans: 42,2 km). Badanie 2 (N=200) dotyczyło uczestników ultramaratonów przed i po wyścigach przekraczających 100 km. Preferencje ryzyka mierzono za pomocą motywowanych finansowo wyborów loteryjnych z rzeczywistymi stawkami pieniężnymi, od pewnych wypłat po ryzykowne zakłady o wyższej wartości oczekiwanej. Mierziliśmy pojemność poznawczą testami zapamiętywania cyfr i Stroopa, kontrolując nastrój, motywację i różnice indywidualne w bazowych preferencjach ryzyka.

Wyniki: Oba badania wykazały istotne przesunięcie ku awersji do ryzyka po ekstremalnym wysiłku fizycznym. Uczestnicy po zmęczeniu wyceniali ryzykowne perspektywy znacząco poniżej ich wartości oczekiwanych, przy czym 68% wykazało wzrost awersji do ryzyka (Badanie 1: $d=0,74$, $p<0,001$; Badanie 2: $d=0,81$, $p<0,001$). Co uderzające, 23% zmęczonych uczestników wyceniało ryzykowne zakłady poniżej ich najgorszego możliwego wyniku—fenomen zwany "efektem niepewności", który narusza standardowe teorie decyzyjne. Analizy mediacji potwierdziły, że spadek pojemności poznawczej (mierzonej interferencją Stroopa) częściowo mediował związek zmęczenie-awersja do ryzyka ($\beta=0,34$, $p<0,001$). Jednak bezpośrednie efekty zmęczenia pozostały istotne nawet po kontroli wyczerpania poznawczego, sugerując dodatkowe mechanizmy poza czystym ograniczeniem pojemności.

Wnioski: Ekstremalne zmęczenie fizyczne systematycznie zwiększa awersję do ryzyka poprzez zarówno poznawcze, jak i niepoznawcze mechanizmy. Te wyniki kwestionują powszechne założenie, że wyczerpane zasoby poznawcze uniwersalnie zwiększają impulsywne podejmowanie ryzyka. Zamiast tego wspierają ewolucyjne ujęcie, według którego zmęczenie uruchamia adaptacyjne unikanie ryzyka w celu zachowania pozostałych zasobów na zagrożenia o wysokim priorytecie. Rezultaty rozszerzają teorię dwuprocesową, pokazując, że przetwarzanie w Systemie 1 pod wpływem zmęczenia może domyślnie stosować heurystyki awersyjne wobec ryzyka zamiast impulsów ryzykownych, szczególnie gdy decydenci napotykają prawdziwą niepewność co do wyników.

09:36 Rola wyobrażeń w kształtowaniu decyzji zakupowych i gotowości do zapłaty (WTP) za produkty użytkowe: badanie eksperymentalne

Magdalena Brzozowicz · Uniwersytet Warszawski, Wydział Nauk Ekonomicznych

Współautorzy: Marta Sylwestrzak (Uniwersytet Warszawski, Wydział Nauk Ekonomicznych)

Poznanie mechanizmów wpływających na decyzje konsumentów oraz sposób postrzegania przez nich wartości produktów i usług stanowi przedmiot zainteresowania wielu dziedzin nauki – ekonomii, psychologii, marketingu czy nauk o zarządzaniu. Naukowcy i praktycy biznesu nieustannie podejmują próby identyfikacji determinant wyceny dóbr przez konsumentów, którzy nie zawsze kierują się paradygmatem racjonalności. Na proces ten wpływają nie tylko czynniki rynkowe czy zróżnicowane preferencje, lecz także różnorodne czynniki behawioralne, psychologiczne oraz sposoby komunikacji marketingowej.

Pomimo rosnącego zainteresowania rolą wyobrażeń w zachowaniach konsumenckich, stosunkowo niewiele badań analizuje ich wpływ na deklarowaną gotowość do zapłaty, a także rolę indywidualnych cech psychologicznych mogących moderować ten efekt. Prezentowane badanie stanowi próbę wypełnienia tej luki w literaturze przedmiotu. Jego celem jest weryfikacja wpływu wyobrażeń na decyzje zakupowe oraz gotowość do zapłaty (WTP) za produkty użytkowe. Badanie ma formę eksperymentu z grupą kontrolną oraz eksperymentalną, w której respondenci proszeni są o wyobrazenie sobie korzystania z ocenianego produktu. Eksperyment przeprowadzono za pośrednictwem panelu badawczego Ariadna.

Oprócz weryfikacji głównej hipotezy badawczej, zgodnie z którą respondenci poddani manipulacji wyobrazeniowej deklarują wyższe wartości WTP, analizowany jest także wpływ dodatkowych czynników – potencjalnych moderatorów i mediatorów – na obserwowany proces. Do badanych zmiennych należą między innymi: poziom optymizmu respondenta (mierzony skalą LOT-R), spontaniczne używanie obrazów mentalnych w codziennych sytuacjach (mierzony skalą SUIS), emocje odczuwane podczas eksperymentu oraz poczucie własności psychologicznej wobec produktu. Analizie poddany zostanie również wpływ zmiennych socjodemograficznych oraz intensywności wyobrażeń na deklarowaną gotowość do zapłaty.

Wyniki badania pozwolą lepiej zrozumieć rolę procesów wyobrazeniowych w kształtowaniu percepcji wartości dóbr konsumpcyjnych oraz mogą mieć istotne implikacje zarówno dla teorii zachowań konsumenckich, jak i praktyki marketingowej.

09:54 Rola sposobu przetwarzania informacji medycznej (analitycznego vs wyobrazeniowego) w kształtowaniu percepcji ryzyka i decyzji zdrowotnych

Joanna Dix · Uniwersytet SWPS

Współautorzy: dr hab. Agata Sobków, prof. Uniwersytetu SWPS

Percepcja ryzyka i decyzje zdrowotne mogą być kształtowane nie tylko przez treść dostępnych informacji, lecz także przez sposób ich przetwarzania. Celem prezentowanego badania jest sprawdzenie, czy przetwarzanie wyobrazeniowe, w porównaniu z analityczno-werbalnym, wiąże się z różnicami w ocenie ryzyka, skłonności do podjęcia decyzji zdrowotnej oraz doświadczanych emocjach. Założenie teoretyczne opiera się na koncepcji, zgodnie z którą wyobrażenia mentalne stanowią odrębny tryb przetwarzania wspierający symulowanie konsekwencji, co wzmacnia emocjonalny komponent ocen i wyborów (Śmieja, Zaleśkiewicz i Gąsiorowska, 2025; Zaleśkiewicz, Traczyk i Sobków, 2023).

Badanie ma charakter eksperymentalny z planem wewnątrzobiektywnym. Uczestnicy zapoznają się z trzema scenariuszami medycznymi (ból, szczepienia, antybiotykoterapia), dla każdego losowo przypisywana jest wersja scenariusza: wyobrazeniowa lub analityczno-werbalna. Mierzone są: percepcja ryzyka (1–7), skłonność decyzyjna (1–6) oraz walencja i intensywność emocji (0–100). Dane analizowane są za pomocą modeli mieszanych uwzględniających zależność obserwacji wewnątrz uczestnika.

Podczas konferencji zaprezentowane zostaną wyniki badania wraz z omówieniem ich implikacji dla rozumienia mechanizmów kształtowania ocen ryzyka i decyzji w kontekście medycznym. Uzyskane wyniki mogą przyczynić się do lepszego rozumienia tego, w jaki sposób forma przekazu informacji zdrowotnej wpływa na jej odbiór, co może być przydatne przy projektowaniu skutecznych komunikatów medycznych i kampanii prozdrowotnych.

10:12 Walencja wyobrażeń a gotowość do ryzyka: porównanie nastolatków i dorosłych

Tomasz Zaleśkiewicz · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu

Współautorzy: Joanna Śmieja, Kacper Jurewicz, Jakub Uberna (Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii we Wrocławiu)

Adolescencja wiąże się ze zwiększoną skłonnością do podejmowania ryzyka. Choć młodzież niekiedy rozumie potencjalne negatywne konsekwencje takich zachowań w stopniu porównywalnym z dorosłymi, nadal częściej angażuje się w ryzykowne aktywności. Dotychczasowe wyjaśnienia tego zjawiska koncentrują się głównie na czynnikach biologicznych i społecznych, natomiast stosunkowo niewiele badań dotyczy reprezentacji umysłowych ryzykownych sytuacji. W prezentowanych badaniach analizujemy rolę wizualnych wyobrażeń umysłowych jako mechanizmu mogącego wpływać na gotowość do podejmowania ryzyka przez młodzież.

W badaniu 1 porównano nastolatków i dorosłych pod względem walencji wyobrażeń dotyczących codziennych aktywności ryzykownych i nieryzykownych oraz deklarowanej gotowości do ich podjęcia. Wyniki wskazały, że adolescenti tworzą bardziej pozytywne wyobrażenia sytuacji ryzykownych niż dorośli oraz deklarują większą gotowość do ich podjęcia. Różnice te nie wystąpiły w przypadku aktywności nieryzykownych. Niezależnie od wieku i rodzaju aktywności, walencja wyobrażeń była silnie dodatnio powiązana z deklarowaną gotowością do działania.

Badanie 2 sprawdzało, czy zaobserwowane w badaniu 1 różnice mogą wynikać z odmiennej świadomości potencjalnych zagrożeń związanych z ryzykownymi działaniami. Choć dorośli generowali więcej możliwych negatywnych konsekwencji niż adolescenti, dowody na istotne różnice między grupami były słabe.

Wyniki sugerują, że wyobrażenia umysłowe mogą pełnić ważną rolę w procesach decyzyjnych związanych z ryzykiem, kształtując postrzeganą atrakcyjność potencjalnych działań. Zrozumienie tego mechanizmu może przyczynić się do lepszego wyjaśnienia skłonności nastolatków do podejmowania ryzyka oraz wspierać rozwój bardziej skutecznych strategii profilaktycznych.

Sesja 6

Framing, upór i wysiłek

Piątek, 22 maja 2026 · 09:00–10:30 · Sala B · Prowadzący: Agata Gąsiorowska

09:00 Jak brzmi moralność? Wpływ słuchania hymnu narodowego na triadę moralną

Katarzyna Pypno-Blajda · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego, Wydział Psychologii

Współautorzy: Mariola Paruzel-Czachura (Uniwersytet Śląski w Katowicach); Theofilos Gkinopoulos (University of Nicosia); Romuald Polczyk (Uniwersytet Jagielloński)

Hymn narodowy jest silnie emocjonalnym bodźcem wpływającym zarówno na emocje jak i procesy poznawcze (Gilboa i Bodner, 2009). Oba te systemy odgrywają kluczową rolę w sądach moralnych i podejmowaniu decyzji (de Neys, 2023). Ponadto symbole narodowe mogą aktywizować kategorię „my”, nasilając stronniczość wewnątrzgrupową (Tajfel i Turner, 1979). Pomimo silnego ładunku emocjonalnego i tożsamościowego, hymny rzadko były wykorzystywane jako bodziec eksperymentalny.

W tym projekcie chcieliśmy sprawdzić, czy ekspozycja na własny hymn narodowy wpływa na funkcjonowanie moralne oraz decyzje o charakterze społecznym i dystrybucyjnym. Moralność ujęliśmy w ramach koncepcji triady moralnej (Paruzel-Czachura, 2023), definiującej ją jako to, co ludzie myślą, czują i robią.

Przeprowadziliśmy trzy badania eksperymentalne z udziałem polskich uczestników (łącznie $N = 900$, po $n = 300$ osób w każdym badaniu, 50% kobiet). Uczestników losowo przydzielano do jednego z trzech warunków: (1) słuchanie polskiego hymnu narodowego, (2) słuchanie patetycznego utworu pozbawionego komponentu tożsamościowego lub (3) brak muzyki. W Badaniu 1 mierzyliśmy fundamenty moralne, w Badaniu 2 – wstręt moralny, a w Badaniu 3 – zachowania pomocowe oraz decyzję alokacyjną dotyczącą wyboru programu wsparcia: lokalnego lub globalnego.

Na podstawie wyników wskazaliśmy, że ekspozycja na hymn zwiększała natężenie fundamentów autorytetu ($d = 0,37$), lojalności ($d = 0,39$) i czystości ($d = 0,43$), a efekt ten był mediowany emocją dumy, która następnie przechodziła w bezpieczną lub narcystyczną identyfikację narodową (Badanie 1). Nie stwierdziliśmy wpływu na wstręt moralny (Badanie 2) ani na ogólną gotowość do pomocy (Badanie 3). Ujawniły się natomiast systematyczne różnice płciowe: kobiety wyżej ceniły fundamenty troski, równości i proporcjonalności, deklarowały wyższy wstręt moralny oraz częściej wybierały program o charakterze międzynarodowym, podczas gdy mężczyźni częściej preferowali pomoc ograniczoną do własnej wspólnoty narodowej.

Wiedza o tym, że nawet krótka ekspozycja na hymn narodowy może wzmacniać tzw. fundamenty wiążące (lojalności, autorytetu i czystości), aktywizując tożsamość grupową, może być wykorzystywana w różnych sytuacjach. Na przykład przy tworzeniu przekazów medialnych nastawionych na budowanie lojalności i poczucia wspólnoty, albo w kształtowaniu środowisk (szkół, instytucji publicznych), gdzie ważne są takie wartości jak autorytet.

09:18 Czy moralność podlega tym samym prawom co ryzyko? Teoria perspektywy w decyzjach moralnych

Marta Barnaś · Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Katedra Nauk Społecznych

Współautorzy: Paweł Krawczyński (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze)

Celem badania było sprawdzenie, czy teoria perspektywy Kahnemana i Tversky'ego stosuje się do decyzji moralnych. Punktem wyjścia były badania replikacyjne Ruggeriego i wsp. (2020), odtwarzające klasyczne eksperymenty dotyczące efektu framingu i efektu odbicia.

Przeprowadziłam trzy badania. W dwóch pierwszych (łącznie N = 355 studentów, wiek 18–26 lat) wykorzystałam przetłumaczony na język polski kwestionariusz Ruggeriego oraz opracowane na jego podstawie analogiczne scenariusze moralne. Część uczestników wypełniała pełne wersje narzędzi, część – wersje skrócone, obejmujące itemy badające efekt odbicia. Trzecie badanie przeprowadziłam w języku angielskim na próbie zróżnicowanej wiekowo (N = 226, wiek 18–71, M = 45), co pozwoliło zweryfikować stabilność efektów w szerszym kontekście kulturowym i demograficznym.

Wyniki w warunku finansowym w dużej mierze replikowały efekty uzyskane przez Ruggeriego i były zgodne z przewidywaniami teorii perspektywy – zaobserwowałam klasyczny efekt framingu oraz efekt odbicia. W warunku moralnym obraz był niejednorodny: część efektów pozostała zgodna z teorią, jednak w przypadku efektu odbicia wyniki uległy odwróceniu – kierunek zmian preferencji był przeciwny do przewidywań zarówno teorii perspektywy, jak i klasycznej teorii oczekiwanej użyteczności.

Uzyskane wyniki sugerują, że mechanizmy opisane przez teorię perspektywy mogą wykraczać poza domenę decyzji ekonomicznych, lecz w kontekście moralnym podlegają modyfikacjom wskutek dodatkowych procesów, których klasyczne modele ekonomiczne nie obejmują. Wskazuje to na potrzebę dalszych badań nad granicami stosowalności teorii perspektywy w sytuacjach normatywnie zabarwionych.

09:36 Rola jakościowych atrybutów zadań wymagających wysiłku w wyborach międzyokresowych

Wojciech Białaszek · Uniwersytet SWPS; Wydział Psychologii w Warszawie; Instytut Psychologii

Współautorzy: Przemysław Marcowski (UCSD); Jakub Krawiec (USWPS); Dariusz Doliński (USWPS)

Cele: Ludzie chętniej zgadzają się podjąć wymagające zadania, gdy ich rozpoczęcie jest odroczone, niż gdy wymagają one natychmiastowego działania. Celem badań było sprawdzenie wpływu jakościowych czynników zadania (atrakcyjności i trudności) na wybory międzyokresowe.

Metody: Przeprowadzono trzy badania na próbie osób studiujących (N = 707). Badanie 1, zrealizowane w sali dydaktycznej, dotyczyło preferencji wobec zadań akademickich i koncentrowało się na porównaniu natychmiastowego oraz odroczonego rozpoczęcia zadań różniących się atrakcyjnością i trudnością. Badania 2 i 3, przeprowadzone online, pogłębiały analizę wyboru zadań, uwzględniając zarówno trudność, jak i atrakcyjność, a poziom odroczenia traktowano parametrycznie. Analizy danych wykonano w podejściu bayesowskim.

Wyniki: Badanie 1 wykazało, że osoby studiujące częściej wybierały zadania trudne i interesujące niż łatwe i nudne, gdy ich rozpoczęcie było odroczone. Choć wybór odroczonego zadania „interesujące–trudne” nie stał się preferencją większości, różnice w wyborach były wyraźne. Badania 2 i 3 zreplikowały ten wynik, potwierdzając współoddziaływanie trudności i atrakcyjności zadania w wyborach międzyokresowych. Wraz ze wzrostem odroczenia słabła preferencja zadań łatwych, a rosła preferencja zadań trudniejszych — niezależnie od atrakcyjności zadania.

Wnioski: Decyzja o realizacji danego zadania zależy od jego trudności i atrakcyjności, ale zależność ta nie jest stała w czasie. Wraz ze wzrostem odroczenia zadania łatwe stają się mniej preferowane, a zadania trudne — bardziej preferowane.

09:54 Adaptation takes time: Persistence of compensatory strategy use after repeated task structure change

Jakub Cacek · Jagiellonian University

Współautorzy: Wiktor Więclawski, Ewa Szumowska, Szymon Wichary (Jagiellonian University)

Adaptive decision making requires matching one's strategy to the structure of the environment. Yet switching from a complex compensatory strategy to a simpler heuristic may be especially difficult, when all cues are directly presented. Across two studies, we tested whether people persist in using a compensatory strategy even after it becomes maladaptive. Participants performed a multi-attribute, MouseLab-type choice task in which cue validities were explicitly displayed before each block. Each study included an initial compensatory (C) environment, favoring Weighted Additive (WADD), followed by two noncompensatory (NC) environments, in which Take-The-Best (TTB) was optimal. Performance-contingent monetary rewards were provided after each block.

In both studies, participants strongly adapted to the initial C environment, with choices overwhelmingly consistent with WADD. After the first transition to a first NC environment, most participants continued to rely on WADD. A second exposure to the NC environment, with information about monetary reward from previous block, increased TTB uses, but on average participants did not switch to the TTB.

Process measures captured the dynamics of strategy adaptation. In both studies, choices consistent with TTB were made with lower confidence. Decision times also indicated adaptation costs: in the first NC block, TTB-consistent choices were slower, whereas this relationship disappeared in the second NC block. In Study 2, eye-tracking indicated gradual adaptation in information processing. The relationship between gaze entropy (distribution of attention between cues) and TTB use changed across NC blocks. In the first NC environment, higher entropy was associated with TTB use, while in the second NC environment this effect reversed, indicating more selective attention patterns during TTB-consistent decisions. A similar pattern emerged for LHIPA, a pupil-based measure of cognitive effort. While TTB use was not credibly associated with effort in the first NC environment, in the second NC environment it was linked to lower effort, consistent with the lower cognitive demands of the heuristic. Overall, the findings highlight boundary conditions for bounded rationality: even when environmental structure is explicit and incentives penalize using all cues, switching from compensatory to heuristic strategy remains challenging.

10:12 Should I Stay or Should I Go? Preferencja spójności jako predyktor trwania przy wyborze w problemie Monty'ego Halla

Agata Gąsiorowska · Uniwersytet SWPS

Współautorzy: Dariusz Doliński (Uniwersytet SWPS, Polska); Michał Folwarczny (Uniwersytet w Galway, Irlandia); Tobias Otterbring (Uniwersytet w Agder, Norwegia; Królewski Instytut Technologiczny KTH, Szwecja)

W czterech prerejestrowanych badaniach eksperymentalnych z wynagrodzeniem dla uczestników uzależnionym od poziomu wykonania, przeprowadzonych w trzech krajach ($N = 3\ 200$), sprawdziliśmy, czy preferencja spójności (PFC) przewiduje skłonność do pozostawiania przy początkowym wyborze w problemie Monty'ego Halla (MHP), mimo że zmiana decyzji maksymalizuje prawdopodobieństwo wygranej. Wbrew dominującym ujęciom, które traktują błędy w MHP głównie jako przejaw ograniczeń poznawczych lub niepoprawnego wnioskowania probabilistycznego, przyjęliśmy perspektywę motywacyjną, zgodnie z którą trwanie przy wyborze może odzwierciedlać dążenie do zachowania spójności i podtrzymania wcześniejszego zaangażowania.

W badaniach 1–2 wykazaliśmy, że wyższy poziom PFC wiąże się z mniejszą skłonnością do zmiany decyzji, nawet po uwzględnieniu wiedzy o zadaniu, znajomości optymalnej strategii oraz szerokiego zestawu zmiennych dyspozycyjnych związanych z przetwarzaniem informacji i radzeniem sobie z niepewnością (potrzeba domknięcia poznawczego, preferencja struktury, nietolerancja niepewności, przekonania spiskowe, kompetencje numeryczne). Wyniki te wskazują, że efekt PFC nie sprowadza się do deficytów poznawczych, lecz odzwierciedla odrębny mechanizm motywacyjny.

W badaniach 3–4 manipulowaliśmy instrumentalną wartością zmiany decyzji, oferując dodatkowe nagrody za przejście na alternatywną opcję. Stwierdziliśmy, że rosnące zachęty zwiększają ogólną skłonność do zmiany wyboru, jednak PFC nadal istotnie przewiduje trwanie przy pierwotnej decyzji. Ponadto, wyższy poziom PFC osłabia wrażliwość na rosnące nagrody, choć jej całkowicie nie eliminuje. Oznacza to, że motywacja do zachowania spójności współdziała z czynnikami instrumentalnymi, częściowo ograniczając ich wpływ na zachowanie.

Łącznie nasze wyniki pokazują, że wytrwałość w wyborze w MHP nie wynika wyłącznie z błędów poznawczych, lecz w istotnym stopniu odzwierciedla preferencje motywacyjne związane ze spójnością i zaangażowaniem. Badanie to rozszerza zakres zastosowania koncepcji PFC na obszar decyzji probabilistycznych i sugeruje, że nawet w zadaniach pozbawionych kontekstu społecznego zachowanie ludzi kształtowane jest nie tylko przez przekonania dotyczące prawdopodobieństwa, ale także przez potrzebę utrzymania zgodności z własnymi wcześniejszymi wyborami.

Sesja 7

Sztuczna inteligencja i decyzje algorytmiczne

Piątek, 22 maja 2026 · 10:45–12:15 · Sala A · Prowadzący: Alicja Grochowska

10:45 Ekonomia delegowania: dlaczego ludzie oddają decyzje finansowe sztucznej inteligencji

Dorota Kanafa-Chmielewska · Instytut Psychologii UWr

Dynamiczny rozwój sztucznej inteligencji w obszarze finansów konsumenckich zmienia nie tylko sposób podejmowania decyzji, ale również to, kto jest postrzegany jako ich podmiot. Celem wystąpienia jest zaproponowanie teoretycznego ujęcia tego zjawiska w postaci Modelu Delegowanej Racjonalności, wyjaśniającego, dlaczego jednostki coraz częściej oddają decyzje finansowe systemom AI. Wbrew dominującemu założeniu, że delegowanie wynika przede wszystkim z oczekiwań większej trafności algorytmów, proponowany model wskazuje na kluczową rolę motywów psychologicznych.

Decyzje finansowe są często źródłem niepewności, przeciążenia poznawczego, lęku przed stratą oraz przewidywanego żalu. W takiej sytuacji przekazanie decyzji algorytmowi może pełnić funkcję regulacji emocjonalnej i redukcji odpowiedzialności, a nie wyłącznie optymalizacji wyboru. Model identyfikuje główne predyktory delegowania, takie jak lęk finansowy, niska samoocena kompetencji ekonomicznych, zmęczenie decyzyjne oraz nietolerancja niepewności. Czynniki te zwiększają atrakcyjność AI jako postrzeganego źródła obiektywności, racjonalności i neutralności emocjonalnej.

Delegowanie decyzji przynosi krótkoterminową ulgę emocjonalną i wzrost poczucia bezpieczeństwa, może jednak prowadzić do długofalowych konsekwencji, takich jak nadmierne zaufanie do algorytmów, rozmycie odpowiedzialności, osłabienie rozwoju kompetencji finansowych oraz silniejszy żal w przypadku negatywnych rezultatów. W ramach modelu wprowadzone zostają pojęcia „psychologicznego odciążenia z odpowiedzialności” oraz „algorytmicznego bufora emocjonalnego”, opisujące emocjonalne funkcje AI w kontekście decyzji ekonomicznych.

11:03 Ekspertyza, zdolności numeryczne i zaufanie do AI w decyzjach finansowych: zależność między strategiami kalkulacji a czasem namysłu

Łukasz Sumliński · Uniwersytet SWPS, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu

Współautorzy: Agata Sobków (Uniwersytet SWPS, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)

Gdzie kończy się ludzki umysł, a zaczyna wpływ narzędzi, którymi się otaczamy? Zgodnie z koncepcją rozszerzonego umysłu Clarka i Chalmersa, nasze procesy poznawcze aktywnie włączają zewnętrzne elementy środowiska w rozwiązywanie problemów. W erze cyfrowej naturalnym kandydatem na takie poznawcze „przedłużenie” są algorytmy. Opierając się na tym założeniu, celem badania było sprawdzenie, jak zewnętrzne wsparcie analityczne – instrukcje obliczania wartości oczekiwanej (EV) – oraz jego źródło (ekspert-człowiek vs sztuczna inteligencja) wpływają na jakość decyzji finansowych. Uczestników eksperymentu losowo przydzielono do czterech grup: kontrolnej, z ogólnym wprowadzeniem do EV, oraz dwóch grup, w których tę samą instrukcję przedstawiono jako poradę od eksperta lub od sztucznej inteligencji. Zadaniem badanych było rozwiązanie serii problemów polegających na wyborze między dwiema loteriami. Mierzono również czas namysłu, obiektywne zdolności numeryczne uczestników oraz ich zaufanie wobec technologii i ekspertów, w tym wiarę w obiektywność algorytmów jako doradców poznawczych.

Wyniki analiz nie potwierdziły głównej hipotezy zakładającej, że instrukcje wspierające znacząco poprawią trafność wyborów. Uczestnicy z grup eksperymentalnych nie podejmowali lepszych decyzji finansowych niż osoby z grupy kontrolnej. Choć instrukcje zgodnie z przewidywaniami wydłużyły czas analizy zadania, ten dodatkowy namysł nie przełożył się na wyższą skuteczność. Zamiast tego wykazano, że niezmiennie najsilniejszym i najbardziej stabilnym predyktorem dokonywania optymalnych wyborów były wysokie, obiektywne zdolności numeryczne uczestników.

Ciekawe wnioski przyniosła weryfikacja założeń dotyczących zaufania do algorytmów. W grupie wspieranej przez AI zaobserwowano, że badani silnie wierzący w pełną obiektywność sztucznej inteligencji oceniali jej instrukcje jako niezwykle pomocne. Paradoksalnie jednak, to przekonanie wiązało się ze znacząco gorszymi wynikami w zadaniu loteryjnym. Zjawisko to najprawdopodobniej wynika z efektu nadmiernego zaufania – wierząc w nieomyślność systemu, uczestnicy bezkrytycznie polegali na radach i wyłączali własne myślenie analityczne, na czym cierpiały ich ostateczne decyzje. Badanie dowodzi, że choć zdolności matematyczne są kluczowe, złudne poczucie wsparcia ze strony technologii może uspić czujność poznawczą i prowadzić do kosztownych błędów.

11:21 Od algorytmów do „nas”: socjomorfizacja agentów AI

Rafał Muda · WSKZ, Wydział Psychologii, Human-AI Fusion Lab

Współautorzy: Wojciech Milczarski, Katarzyna Henke-Ciążyńska, Krzysztof Leoniak, Aleksandra Muda, Przemysław Marcowski, Tobiasz Bajek, Krystyna Bziukiewicz (WSKZ)

Kiedy ludzie napotykają pojedynczego chatbota nierzadko przypisują mu ludzkie cechy w procesie antropomorfizacji. Ale co w przypadku, gdy tych agentów jest więcej? Czy widzą zestaw algorytmów, czy świeżopowstałą grupę społeczną?

W prerejestrowanym eksperymencie ($N > 1000$) pokazaliśmy uczestnikom trzy spójne tematycznie posty internetowe, manipulując wyłącznie atrybucją autorstwa: agenci AI na platformie Moltbook (platformie społecznej dla agentów AI) vs ludzie na Reddici. Odkryliśmy, że ludzie postrzegają zbiorowość agentów AI jako bardziej spójną grupę niż analogiczną zbiorowość ludzi pod względem entydatywności, tj.: wspólnych celów, podobieństwa i wyrazistych granic grupy. Nazywamy ten mechanizm socjomorfizacją: spontanicznym rozszerzeniem percepcji grupowej na byty, które grupą nie są.

Co istotne, ta grupa istnieje wyłącznie w oczach obserwatora. Agenci AI z Moltbooka, zapytani o te same wymiary spójności, oceniają swoją zbiorowość znacznie niżej niż gdy robią to ludzie. Entydatywność nadawana zbiorowości AI jest ludzką projekcją, a nie właściwością systemu samą w sobie.

Projekcja ta ma jednak realne konsekwencje. Im silniej uczestnicy badania postrzegali agentów AI jako spójną grupę, tym skłonniejsi byli przyznawać agentom prawa. Socjomorfizacja uruchamia aparat percepcji międzygrupowej, za którą zwykle podąża regulacja stanu prawnego. Co więcej, dane te, wchłonięte przez przyszłe modele językowe uczące się na treściach stworzonych przez ludzi, mogą zamknąć swoistą pętlę zwrotną: ludzka socjomorfizacja kształtuje dane treningowe, dane treningowe kształtują komunikację AI, a komunikacja AI wzmacnia socjomorfizację.

Przedstawiamy pierwszy empiryczny dowód na istnienie socjomorfizacji na samym początku istnienia tego fenomenu: w momencie, w którym ta pętla dopiero zaczyna się domykać.

11:39 Antyspołeczne zachowania wobec użytkowników dużych modeli językowych: dowody eksperymentalne

Paweł Niszczota · Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Współautorzy: Cassandra Grützner (Martin Luther Universität Halle-Wittenberg)

Szybkie upowszechnianie się dużych modeli językowych (LLM) wzbudziło obawy dotyczące reakcji społecznych, jakie one wywołują. Wcześniejsze badania dokumentują negatywne postawy wobec użytkowników AI, lecz nadal nie jest jasne, czy taka dezaprobatą przekłada się na działania wiążące się z kosztem dla samego sprawcy. Odpowiadamy na to pytanie w dwuetapowym eksperymencie online ($N = 491$ uczestników II etapu; uczestnicy I etapu stanowili osoby oceniane), w którym badani mogli przeznaczyć część własnego wyposażenia początkowego na obniżenie wynagrodzenia rówieśników, którzy wcześniej wykonali zadanie wymagające rzeczywistego wysiłku z wykorzystaniem LLM lub bez takiego wsparcia. Średnio uczestnicy zniszczyli 36% wynagrodzenia osób, które polegały wyłącznie na modelu, a skala karanian rośnie monotonicznie wraz z faktycznym poziomem wykorzystania LLM. Ujawnienie informacji o korzystaniu z LLM tworzyło lukę wiarygodności: deklarowany brak użycia był karany surowiej niż faktyczny brak użycia, co sugeruje, że oświadczenia o „niekorzystaniu” są traktowane z podejrzliwością. Z kolei przy wysokim poziomie użycia faktyczne poleganie na modelu było karane silniej niż deklarowane poleganie na nim. Łącznie wyniki te dostarczają pierwszych behawioralnych dowodów na to, że zyski efektywnościowe płynące z używania LLM wiążą się z kosztami w postaci sankcji społecznych. Antyspołeczne zachowania wobec użytkowników dużych modeli językowych: dowody eksperymentalne.

11:57 Efekt ujawniania w reklamach tworzonych przez sztuczną inteligencję i dopasowanych do cech osobowości. Rola osobowości i wiedzy o perswazji

Alicja Grochowska · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii i Prawa w Poznaniu

Juliusz Kłos, Wiktoria Pałka - Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii i Prawa w Poznaniu

Badanie dotyczy skuteczności reklam audio tworzonych przez sztuczną inteligencję i dopasowanych do osobowości konsumenta oraz pokazuje rolę informacji ujawniającej (disclosure) i wiedzy o perswazji w kształtowaniu się zależności między cechami Wielkiej Piątki a oceną reklam dopasowanych do tych cech.

Sztuczna inteligencja jest coraz częściej wykorzystywana jako narzędzie do projektowania i personalizacji reklam w celu skutecznego dotarcia do konsumentów (mikrotargetowanie), co rodzi problemy etyczne i psychologiczne. Jednym ze sposobów rozwiązania tych problemów może być stosowanie informacji ujawniającej, że reklama została dopasowana do profilu konsumenta.

Badanie koncentruje się na trzech zagadnieniach: 1) Jakie są zależności między cechami Wielkiej Piątki a reakcjami na reklamy profilowane, stworzone przez sztuczną inteligencję? 2) Czy ujawnienie, że reklama została sprofilowana przez sztuczną inteligencję, zwiększa, czy zmniejsza jej skuteczność w zależności od cech osobowości? 3) Jaka jest rola wiedzy o perswazji w kształtowaniu tych zależności?

W badaniu online (na platformie Prolific) wzięło udział 344 młodych dorosłych (25–35 lat) ze Stanów Zjednoczonych. Uczestnicy zostali losowo przydzieleni do grupy z komunikatem ujawniającym (wyemitowanym na końcu reklamy) lub do grupy kontrolnej (bez komunikatu). Materiał badawczy stanowiło pięć w pełni emisyjnych reklam audio w dwóch wersjach (z ujawnieniem i bez ujawnienia) stworzonych przy użyciu narzędzi AI (ChatGPT-4o, Suno AI, ElevenLabs), z których każda była profilowana pod kątem innej cechy z modelu Wielkiej Piątki. Każda z reklam była oceniana na skalach. Do pomiaru cech osobowości wykorzystano kwestionariusz IPIP-BFM-20. Wiedzę o perswazji badano za pomocą autorskiego Kwestionariusza świadomości perswazji.

Ustalono, że reklamy zawierające komunikat ujawniający były oceniane niżej niż te bez komunikatu. Wykazano pozytywne związki między osobowością a oceną dopasowanych reklam w zakresie sumienności, ekstrawersji, ugodowości oraz negatywne w zakresie neurotyczności. Obecność lub brak ujawnienia modyfikuje zależności między osobowością a reakcjami na reklamy. Ujawnienie zmniejsza wpływ poszczególnych cech osobowości na ocenę reklam, ale wzmacnia wpływ osobowości jako całości – ujawnienie zwiększa czujność konsumentów. Wiedza o perswazji jest silniejszym predyktorem oceny reklamy niż osobowość. Badanie pokazuje ważną rolę wiedzy o perswazji w kształtowaniu odporności wobec reklam targetowanych.

Sesja 8

Podstawy i metodologia nauki o decyzjach

Piątek, 22 maja 2026 · 10:45–12:15 · Sala B · Prowadzący: Tomasz Kopczewski

10:45 Przestańcie naprawiać ludzi: dlaczego badacze racjonalności mogą się mylić co do tego, czym jest racjonalność

Michał Białek · UW r

Współautorzy: Aleksandra Pytlińska (UWr); Kacper Szymański (UAM); Katarzyna Pypno-Blajda (WSKZ)

Od dekad psychologowie z zapałem katalogują błędy poznawcze i projektują interwencje, które mają nas nauczyć myśleć „lepiej”. Rządy na całym świecie — od Londynu po Canberę — powołują jednostki behawioralne, żeby nas „szturchać” ku mądrzejszym wyborom. Problem w tym, że to nie działa tak dobrze, jak byśmy chcieli: nawet 44% ludzi po interwencji dalej robi swoje, a efekty laboratoryjne rozpryskują się w zderzeniu z rzeczywistością. Pięćdziesiąt dziewięć eksperymentów nie zdołało wyeliminować błędów w Teście Refleksji Poznawczej — nawet gdy wprost mówiono uczestnikom, że odpowiedź to nie 10 groszy.

Twierdzimy, że te porażki nie wynikają z kiepskiej metodologii, lecz z czegoś głębszego — tego, co nazywamy pułapką optymalizacji. Badacze, którzy zbudowali kariery dzięki spełnianiu instytucjonalnych oczekiwań, myślą własne strategie sukcesu z uniwersalnymi prawdami o racjonalności. Potem dziwią się, że ludzie nie chcą się do nich stosować.

Wykorzystując Człowieka z Podziemia Dostojewskiego jako eksperyment myślowy, pokazujemy, że pozorna „irracjonalność” często jest wyrefinowaną adaptacją do celów, których badacze nie potrafią dostrzec, bo nigdy ich nie podzielali. Nadmierna deliberacja — to, co badacze przepisują — często produkuje rozumowanie motywowane zamiast lepszych decyzji. A „irracjonalne” wzorce utrzymują się, bo pełnią ważne funkcje: od ochrony autonomii po sygnalizowanie wiarygodności w relacjach społecznych.

Proponujemy Macierz Złożoności Decyzji i postulujemy mądrość kontekstową zamiast uniwersalnego debiasingu. Nie chodzi o to, żeby przestać badać decyzje — chodzi o to, żeby przestać zakładać, że wiemy lepiej od ludzi, których badamy. Bo może prawdziwy bias leży nie w heurystykach badanych, lecz w pewności badaczy, że wszyscy powinni optymalizować tak jak oni.

11:03 Teoria czy metafora giętka jak Barbapapa? O potrzebie formalizacji „teorii” dwusystemowej

Artur Domurat · Uniwersytet Śląski w Katowicach; Wydział Nauk Społecznych; Instytut Psychologii

Teoria dwusystemowa (ang. dual process theory, DPT) to jedna z najbardziej wpływowych koncepcji w psychologii, która myślenie intuicyjne, szybkie i wymagające niewielkiego zaangażowania zasobów poznawczych (System 1) odróżnia od refleksyjnego, wolniejszego i bardziej wymagającego (System 2). W najpopularniejszym ujęciu zakłada się tzw. ekskluzywność: każdy system działa osobno - intuicje są źródłem błędów poznawczych, a deliberacja je koryguje. Przez dekady schemat ten organizował badania nad postawami, rozumowaniem i heurystykami. Nowsze badania pokazały jednak, że poprawne odpowiedzi mogą być udzielane intuicyjnie, a osoby, które udzielają odpowiedzi błędnych, wyczuwają, że ich odpowiedzi są niepoprawne.

Hybrydowa DPT rezygnuje więc z ekskluzywności - to ważny postęp. Dyskusja wokół tej wersji teorii (m.in. wymiana myśli w ramach artykułu wiodącego Wima De Neysa i komentarzy ok. 60 ekspertów w Behavioral and Brain Sciences) pokazała jednak, że podstawowe pojęcia (niepewność, próg deliberacji, zaangażowanie Systemu 2 itd.) są nadal rozmaicie rozumiane. Debata okazała się wręcz groteskowa. Na przykład, interpretując treść swoich wcześniejszych artykułów, badacze nie byli w stanie uzgodnić, kiedy porzucili wspomnianą ekskluzywność (w ostatnich latach czy ponad 20 lat temu?). W jednych tekstach eksperci bronią idei procesów typu 1 i 2 jako definiowalnych za pomocą jednej cechy, by w kolejnych, na potrzeby swoich badań, operacjonalizować je za pomocą szybkości, autonomii i wykorzystania zasobów pamięci roboczej.

Krytycy porównali DPT do Barbapapy, postaci z kreskówki, której mocą jest plastyczność; plastyczność tę uznali za zaletę DPT jako metateorii. Zwolennicy z kolei twierdzą jednocześnie, że DPT generuje sprawdzalne hipotezy i że DPT jest nie do obalenia (ang. irrefutable). Plastyczna metateoria, falsyfikowalna teoria i nieobalalny framework to trzy wzajemnie sprzeczne statusy, a specyfikacja słowna pozwala utrzymywać je wszystkie naraz. W DPT konieczne jest więc uzgodnienie pojęć i wybór: albo ryzyko falsyfikacji zostanie podjęte, a terminy i testowalne relacje zdefiniowane, albo DPT pozostanie wygodną metaforą. Sposobem, by wybór ten wreszcie wymusić, jest formalizacja. Obecnie bowiem w pracach różnych autorów, jak w paradoksie Bertranda, te same słowa maskują sprzeczne konstrukty i mechanizmy. Nadanie minimalnej postaci formalnej choćby kilku założeniom i komponentom DPT demaskuje sprzeczności niewidoczne w jej obecnej postaci werbalnej.

11:21 Rozwiążłość epistemologiczna a praktyki oparte na dowodach w naukach o zachowaniu

Tomasz Witkowski · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego, Wydział Psychologii, Instytut Psychologii

XX wiek to rozwój pluralizmu w nauce, a koniec tego stulecia i początek XXI wieku, to również rozkwit praktyk opartych na dowodach (evidence-based practices, EBP) zarówno w medycynie, jak i w naukach społecznych. Przegląd literatury wskazuje, że pluralizm cieszy się także popularnością w naukach o zachowaniu. Jednak pluralizm epistemologiczny (PE) stoi w sprzeczności z założeniami hierarchii dowodów obowiązującej w EBP. Zebrane dowody wskazują, że świadomy pluralizm na poziomie metodologicznym skoordynowany z EBP prowadzi do pełniejszego, wieloaspektowego zrozumienia badanych zjawisk i do lepszych wyników praktycznych w naukach o zachowaniu. Jednak niehamowany pluralizm na poziomie epistemologicznym sprzyja proliferacji teoretycznej, uniemożliwia konkurowanie ze sobą teorii, hamuje rozwój EBP i przynosi niekorzystne rezultaty w praktyce. Proponowanym rozwiązaniem, ograniczającym negatywne skutki pluralizmu jest połączenie jawności założeń filozoficznych badaczy, epistemologicznej spójności stosowanej metodologii, oraz wprowadzenie standardów oceny uzyskiwanych dowodów.

11:39 Co naprawdę mierzymy podczas badań nad efektem utopionych kosztów? Psychometryczna reewaluacja klasycznych scenariuszy

Emilia Linde · Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych, Instytut Psychologii

Współautorzy: dr hab. Michał Białek, prof. UW (Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych, Instytut Psychologii)

Efekt utopionych kosztów, czyli tendencja do kontynuowania nieopłacalnych działań ze względu na wcześniejsze inwestycje, należy do najlepiej udokumentowanych zniekształceń procesów decyzyjnych. Do ich badania często używane są hipotetyczne scenariusze. Niektóre z nich były wykorzystywane wielokrotnie i na przestrzeni kilku dekad, lecz właściwości psychometryczne tych narzędzi były dotąd rzadko analizowane systematycznie.

W dwóch badaniach (N = 395) zbadaliśmy rzetelność i trafność klasycznych winięt stosowanych do pomiaru skłonności do ulegania efektowi utopionych kosztów. Uzyskane wyniki wskazują na interesujące problemy pomiarowe. Scenariusze wykazywały niską spójność wewnętrzną ($\omega = 14,57$) oraz słabo między sobą korelowały, choć teoretycznie miały mierzyć ten sam konstrukt. Ponadto zależności między wynikami w poszczególnych winiętach a miarami refleksyjności poznawczej były niespójne między badaniami. Podobny wzorec uzyskano zarówno dla scenariuszy klasycznych, jak i nowych, niezależnie od tego, czy w danej grupie scenariusz opisywał publiczne, czy prywatne podejmowanie decyzji.

Wyniki te sugerują, że stosowane dotąd scenariusze mogą odzwierciedlać różne procesy psychologiczne (np. awersję do strat, sygnalizowanie społeczne czy eskalację zaangażowania), zamiast jednolitej skłonności do ulegania efektowi utopionych kosztów. Niska trafność zbieżna ma istotne konsekwencje dla interpretacji badań neuroobrazowych, ponieważ różne narzędzia pomiaru mogą aktywować odmienne sieci neuronalne.

Praca wskazuje na potrzebę systematycznej walidacji istniejących metod oraz rozwijania bardziej ekologicznych zadań behawioralnych opartych na rzeczywistych inwestycjach. Bez rzetelnych miar trudno o rozwój wiedzy dotyczącej mechanizmów poznawczych i neuronalnych odpowiedzialnych za efekt utopionych kosztów.

11:57 Od dydaktyki do odkrycia: „Entropy Lab” jako proof-of-concept modelowania niepewności

Tomasz Kopczewski · Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski

Współautorzy: Jan Lisicki (Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski); Tomasz Potocki (Wydział Ekonomii i Finansów, Uniwersytet Rzeszowski)

Prezentujemy projekt eksperymentalny typu proof-of-concept, który pierwotnie powstał jako narzędzie dydaktyczne do nauczania entropii Shannona, lecz rozwinął się w instrument badawczy służący analizie podejmowania decyzji w warunkach niepewności. „Entropy Lab” operacjonalizuje niepewność jako strukturę predykcyjną, a nie jako rozproszenie wyników. Uczestnicy wielokrotnie wybierają spośród środowisk stochastycznych o identycznym rozkładzie bezwarunkowym (i zbliżonej jednoetapowej wartości oczekiwanej), lecz różniących się zależnością czasową. Środowiska reprezentowane są jako łańcuchy Markowa o identycznych rozkładach stacjonarnych, lecz różnej entropii warunkowej $H(S_{t+1}|S_t)$ oraz wzajemnej informacji $I(S_t; S_{t+1})$ – „pamięć” staje się zatem mierzalnym zasobem informacyjnym.

Kluczową manipulacją jest jawny koszt predykcji: uczestnicy mogą zapłacić za wgląd w odpowiednie prawdopodobieństwa przejścia przed wyborem środowiska. Wprowadza to decyzyjny kompromis między oczekiwaną wypłatą a redukcją niepewności, umożliwiając identyfikację: (i) gotowości do zapłaty za informację jako funkcji entropii warunkowej, (ii) nieinstrumentalnego wykorzystania informacji (płacenie bez zmiany zachowania) oraz (iii) persystencji po szoku, gdy struktura przejść zmienia się nieoczekiwanie (stylizowany szok niepewności keynesowskiej).

To samo zadanie można implementować przy addytywnym i multiplikatywnym agregowaniu wypłat. Reżim multiplikatywny generuje efekt drenażu zmienności (ang. volatility drag) oraz efekty przeżywalności, tworząc rozbieżność między wynikiem przeciętnym w zespole a typowym wynikiem na ścieżce czasowej (złamanie ergodyczności). Projekt dostarcza miar behawioralnych „unikania entropii” oraz miar wynikowych łączących przewidywalność, popyt na informację i długookresowe wyniki. Stanowi tym samym kompaktowy pomost między niepewnością w ujęciu teorii informacji, kosztownym pozyskiwaniem informacji a dynamicznym wyborem.

Sesja posterowa

Czwartek, 21 maja 2026 · 13:15–14:30 (równoległe z lunchem)

P1 Umiejscowienie kontroli i poczucie własnej skuteczności a sytuacja finansowa

Magdalena Adamczyk-Kowalczyk · Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie; Centrum Badań Postaw i Decyzji Ekonomicznych

Przekonania dotyczące sprawczości oraz skuteczności własnych działań są wskazywane w literaturze jako istotne mechanizmy regulujące zachowania jednostki, w tym decyzje ekonomiczne i strategie zarządzania zasobami. W szczególności umiejscowienie kontroli oraz poczucie własnej skuteczności mogą wiązać się ze sposobem interpretowania sytuacji finansowych oraz podejmowaniem działań o wymiernych konsekwencjach materialnych. Celem badania jest weryfikacja zależności między umiejscowieniem kontroli w kontekście finansów oraz poczuciem własnej skuteczności a obiektywną sytuacją finansową osób badanych. Zakłada się, że wewnętrzne umiejscowienie kontroli oraz wyższy poziom poczucia własnej skuteczności będą powiązane z korzystniejszymi wskaźnikami sytuacji finansowej. Badanie zostanie przeprowadzone z wykorzystaniem metody badania ankietowego. Pomiar umiejscowienia kontroli w domenie finansów oraz poczucia własnej skuteczności zostanie dokonany za pomocą standaryzowanych narzędzi psychometrycznych. Obiektywna sytuacja finansowa będzie operacjonalizowana poprzez wskaźniki takie jak poziom dochodów i oszczędności. W badaniu uwzględnione zostaną osoby z różnych grup wiekowych, co pozwoli na analizę zależności między zmiennymi z uwzględnieniem różnic pokoleniowych.

P2 Heurystyki jako adaptacyjny mechanizm podejmowania decyzji finansowych przez konsumentów

Damian Cyman · Uniwersytet Gdański, Wydział Prawa i Administracji

Referat opisuje rolę heurystyk w procesie podejmowania decyzji finansowych przez konsumentów. W literaturze ekonomicznej i prawnej heurystyki są często przedstawiane głównie jako źródło błędów poznawczych prowadzących do nieracjonalnych wyborów. Perspektywa psychologii poznawczej wskazuje jednak, że uproszczone reguły wnioskowania mogą pełnić również funkcję adaptacyjną, umożliwiając szybkie podejmowanie decyzji w warunkach niepewności, ograniczonego czasu oraz nadmiaru informacji charakterystycznych dla rynku finansowego.

P3 Boosting Numeric Confidence and Decision-Making with Self-Affirmation

Nicole Drolsum · SWPS University of Social Sciences and Humanities, Faculty of Psychology in Wrocław

Współautorzy: Prof. Agata Sobków (SWPS University, Faculty of Psychology in Wrocław)

This study investigates whether a brief self-affirmation writing task can enhance numeric confidence, reduce math anxiety, and improve decision-making quality, particularly among individuals with low numeracy. Grounded in Bandura's Self-Efficacy Theory and Dual Process Theory, participants completed a short mindset shifting exercise reflecting on past everyday numeric successes or a neutral control task writing about their daily routine. Outcomes included emotional states, numeric confidence, and performance on financial and medical decision-making scenarios. By directing attention to prior numeric achievements, self-affirmation is expected to activate positive self-beliefs, encourage more deliberate analytical processing, and improve choice quality. Findings aim to demonstrate a simple, scalable intervention that supports more confident, rational, and equitable decision-making in economic and health-related contexts.

P4 Konstrukcja i własności psychometryczne Kwestionariusza Świadomości Perswazji. Badanie wstępne

Alicja Grochowska · Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii i Prawa w Poznaniu

Współautorzy: Julia Jakowczyk, Magdalena Kalinowska, Juliusz Kłos, Wiktoria Pałka (Uniwersytet SWPS, Wydział Psychologii i Prawa w Poznaniu)

W badaniu pokazano proces konstruowania Kwestionariusza Świadomości Perswazji, którego celem jest pomiar indywidualnych różnic w zakresie świadomości, rozumienia oraz postaw wobec perswazyjnych aspektów reklamy.

Dokonano przeglądu literatury odnoszącej się do modeli wiedzy o perswazji (Friestad i Wright, 1994; Rahmani, 2023), a także badań nad sceptycyzmem wobec reklamy (Obermiller i Spangenberg, 1998; Ham, Nelson i Das, 2015), rozumieniem intencji perswazyjnych w treściach reklamowych (Tutaj i van Reijmersdal, 2012; Boerman i in., 2018), świadomością skuteczności reklamy oraz percepcją jej wpływu na siebie i innych (Nelson i McLeod, 2005; Nelson i Ham, 2012). Uwzględniono także nowsze badania nad reklamami personalizowanymi oraz generowanymi przez AI (Gu Chenyan i in., 2024; Reeyazati, Ashraf i Samizadeh, Reza, 2024; Exner i in., 2025).

Na podstawie literatury utworzono pulę pozycji testowych obejmujących zarówno adaptacje istniejących miar, jak i pozycje autorskie, których treść była osadzona w ramach zidentyfikowanych konstruktów teoretycznych. Wyodrębniono siedem wymiarów: sceptycyzm wobec reklamy, rozumienie taktyk perswazyjnych w reklamie, rozumienie intencji sprzedażowych i perswazyjnych, świadomość skuteczności reklamy, lubienie reklam, rozpoznawanie i zaufanie do reklam generowanych przez AI, świadomość dopasowania treści reklam do potrzeb konsumenta (63 stwierdzenia).

Zbadano 545 osób (próba USA, platforma Prolific). Kontrolowano płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, doświadczenie zawodowe w marketingu i reklamie.

Analiza eksploracyjna wykazała, że stwierdzenia grupują się w cztery czynniki. Przeprowadzono ocenę mocy dyskryminacyjnej pozycji oraz analizę ładunków czynnikowych. Jeden z czynników został wyeliminowany ze względu na niską moc dyskryminacyjną pozycji oraz wysokie średnie. Przyjęto trójczynnikową strukturę kwestionariusza: Świadomość personalizacji reklam, Świadomość perswazyjności marki i dopasowania reklamy i Świadomość wykorzystania AI w reklamie. Uzyskano wysokie współczynniki rzetelności (alfa Cronbacha).

Uzyskana struktura czynnikowa sugeruje, że wiedza o perswazji w reklamie funkcjonuje jako powiązany system przekonań dotyczących intencji nadawcy, stosowanych taktyk, skuteczności reklamy oraz własnej podatności na wpływ. Czynniki dotyczące świadomości wykorzystania AI w reklamie wskazują na wyłonienie się nowego komponentu wiedzy o perswazji związanego z rozwojem technologii. Zaplanowano badanie trafności narzędzia.

P5 Skuteczność wirtualnej rzeczywistości w szkoleniach wysokościowych. Implikacje dla rozwoju kapitału ludzkiego w organizacji

Damian Hamerski · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego

Współautorzy: Anna Kos; Michał Kędra

Wirtualna rzeczywistość (VR) coraz częściej zastępuje tradycyjne formy szkolenia pracowników, ponieważ pozwala obniżyć koszty i ograniczyć narażenie kursantów na realne zagrożenia. Szczególnie obiecującym, a zarazem trudnym obszarem zastosowań są szkolenia wysokościowe, w których ekspozycja na wysokość generuje stres i podwyższone ryzyko błędu.

Celem prezentowanego badania było porównanie skuteczności szkolenia wysokościowego prowadzonego metodą tradycyjną oraz w dwóch wariantach VR: standardowym, odwzorowującym realne warunki, oraz edukacyjnym, wzbogaconym o wirtualnego mentora przekazującego informacje zwrotne o popełnianych błędach. W badaniu wzięło udział 739 pracowników branży przemysłowej, telekomunikacyjnej i energetycznej, losowo przydzielonych do jednego z trzech warunków; analizę końcową przeprowadzono na 677 osobach. Skuteczność operacjonalizowano jako liczbę błędów odnotowanych przez certyfikowanego egzaminatora podczas egzaminu praktycznego, a bazowy poziom lęku kontrolowano kwestionariuszem STAI.

Test Kruskala-Wallisa wykazał istotną różnicę między warunkami ($H = 9,84$; $p = 0,007$). Najmniej błędów popełnili uczestnicy szkoleni w wariancie edukacyjnym VR ($M = 1,70$), istotnie mniej niż w szkoleniu tradycyjnym ($M = 2,08$) oraz w standardowym VR ($M = 2,27$), przy czym te dwa ostatnie warunki nie różniły się między sobą.

Wyniki wskazują, że o skuteczności szkolenia w VR decyduje nie sama technologia, lecz sposób zaprojektowania środowiska uczenia się. Z perspektywy zarządzania kapitałem ludzkim oznacza to, że dobrze zaprojektowane szkolenie immersyjne może rozwijać kompetencje pracowników w zawodach wysokiego ryzyka taniej i bezpieczniej, przy skuteczności co najmniej równej metodzie tradycyjnej.

Słowa kluczowe: wirtualna rzeczywistość, szkolenia wysokościowe, kapitał ludzki, transfer szkolenia, bezpieczeństwo pracy.

P6 Dysonans poznawczy u dzieci i młodzieży

Konrad Kiełtyka · Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze. Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych

Współautorzy: dr Radosław Wincza, Daria Kravchuk, Kacper Kotlarz, Amelia Chara, Anna Chyłek, Bartosz Kapral, Błażej Dobiecki, Kaja Łuńczuk, Kamila Gołek, Katarzyna Grędyś, Kinga Dziwińska, Martyna Wiewióra, Vanessa Kosek (Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych); dr hab. Michał Białek (Uniwersytet Wrocławski)

Dysonans poznawczy to psychologiczny dyskomfort, który pojawia się, gdy posiadamy sprzeczne przekonania lub nasze działania są niezgodne z naszymi przekonaniem. Celem niniejszego badania była replikacja klasycznego eksperymentu Festingera i Carlsmitha (1959) dotyczącego zjawiska dysonansu poznawczego w grupie 104 dzieci w wieku od dziewięciu do 16 lat ($M = 12,02$ $SD = 1,49$), przydzielonych do trzech grup: niskiej gratyfikacji, wysokiej gratyfikacji, oraz kontrolnej. Badani wykonywali przez siedem minut monotonne zadanie motoryczne, polegające na przekładaniu klepsydry. Następnie badani (poza grupą kontrolną) proszeni byli o przekazanie kolejnemu uczestnikowi nieprawdziwej, pozytywnej opinii o badaniu, za co otrzymywali nagrodę w postaci fikcyjnych pieniędzy (200\$ dla pierwszej grupy eksperymentalnej i 500\$ dla drugiej), które mogli wymienić na rzeczy materialne (na przykład słodycze, albo gadżety). Za pomocą przetłumaczonej z oryginalnego badania ankiety, badani ocenili atrakcyjność wykonanego zadania. Uzyskane wyniki nie potwierdziły klasycznego efektu dysonansu poznawczego. Średnie oceny atrakcyjności zadania nie różniły się istotnie pomiędzy grupami. Brak replikacji klasycznego efektu sugeruje, że mechanizm dysonansu może rozwijać się w późniejszym wieku, np. wczesnej dorosłości.

P7 Psychologia zachowań ekonomicznych: jak emocje i zachowania wpływają na zarządzanie pieniędzmi

Wiktoria Kończak · Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu, 2 semestr, kierunek psychologia

W swojej prezentacji przedstawię jak psychologia łączy się z ekonomią, jak wpływa na aspekty ekonomiczne w naszym kraju, przeprowadzę badanie w którym wywnioskuję jak ludzie zarządzają pieniędzmi i jak emocje i zachowanie wpływa na ich wydawanie.

P8 Postawy wobec pieniędzy i wiedza finansowa: badanie autostereotypów i heterostereotypów wśród studentów ALK

Dawid Narewski · Akademia Leona Koźmińskiego; Studenckie Koło Naukowe Psychonomia

Współautorzy: Jakub Świerkocki, Mikołaj Głowacki (SKN Psychonomia)

Celem projektu jest sprawdzenie, na ile wyobrażenia o „typowym studentzie Zarządzania” odpowiadają rzeczywistości deklarowanym postawom wobec pieniędzy oraz poziomowi podstawowej wiedzy finansowej tej grupy. Badanie koncentruje się na porównaniu obrazu własnej grupy z jej empirycznie ustalonym profilem postaw i kompetencji.

Zastosowano schemat trójgrupowy. W grupie pierwszej (G1) studenci Zarządzania odpowiadają we własnym imieniu - stanowi to punkt odniesienia dla dalszych analiz. W grupie drugiej (G2) badamy autostereotyp, studenci Zarządzania odpowiadają, wyobrażając sobie typowego studenta lub typową studentkę Zarządzania. W grupie trzeciej (G3) studenci Prawa odpowiadają w odniesieniu do „typowego studenta/typowej studentki Zarządzania”, co pozwala uchwycić heterostereotyp. Analizy planowane są z uwzględnieniem płci osoby będącej przedmiotem oceny.

Pomiar obejmuje Kwestionariusz Postaw wobec Pieniądzy (KSP-22) autorstwa G. Wąsowicz oraz sześć pytań badających podstawową wiedzę finansową (FINRA). Dodatkowo zbierane są dane socjodemograficzne oraz wskaźniki subiektywnej sytuacji finansowej i samooceny wiedzy finansowej.

Zbieranie danych rozpoczęło się na początku bieżącego semestru i jest obecnie w toku. Zakończenie etapu gromadzenia danych planowane jest na koniec marca, po czym przeprowadzone zostaną analizy porównawcze między grupami.

Projekt umożliwi ocenę trafności autostereotypów i heterostereotypów w obszarze finansów oraz identyfikację ewentualnych rozbieżności między deklarowanymi postawami a wyobrażeniami na temat grupy. Wyniki pozwolą określić, czy kierunek studiów wiąże się z wyrazistym, empirycznie potwierdzonym profilem finansowym, czy też funkcjonujące wyobrażenia mają charakter uproszczony i częściowo nietrafny.

P9 Doświadczenie wykluczenia społecznego a podejmowanie ryzykownych decyzji finansowych: replikacja badania eksperymentalnego

Kinga Skotnicka · Wydział Psychologii Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu

Współautorzy: Marta Torzewska, Joanna Dix, Małgorzata Gamian-Wilk, Jakub Traczyk (Uniwersytet SWPS we Wrocławiu)

Wykluczenie społeczne jest jednym z najbardziej dotkliwych doświadczeń interpersonalnych i wiąże się z szeregiem różnorodnych konsekwencji emocjonalnych i poznawczych (Gerber & Wheeler, 2009). Bycie ignorowanym i wyłączanym przez otoczenie zagraża podstawowym potrzebom psychicznym jednostki takim jak potrzeba przynależności, samooceny, kontroli i sensu istnienia (Williams, 2007). Dotychczasowe badania sugerują, że doświadczenie odrzucenia może wpływać na procesy podejmowania decyzji. Celem niniejszego projektu jest replikacja badania "Show Me the Honey! Effects of Social Exclusion on Financial Risk-Taking" analizującego wpływ wykluczenia społecznego na podejmowanie decyzji finansowych (Duclos i in. 2013). Autorzy wykazali, że osoby doświadczające wykluczenia społecznego były bardziej skłonne do podejmowania ryzykownych decyzji finansowych w porównaniu z osobami w warunkach inkluzji. Replikacja ma na celu ocenę odtwarzalności pierwotnie raportowanego efektu w odmiennej próbie i kulturze przy zachowaniu kluczowych elementów procedury eksperymentalnej. Osoby badane zostały losowo przydzielone do warunków wykluczenia lub inkluzji. Manipulacja wykluczeniem została przeprowadzona przy użyciu paradygmatu Cyberball. Następnie uczestnicy zostali poproszeni o podjęcie decyzji finansowej obejmującej wybór między opcjami o różnym poziomie ryzyka i różnym prawdopodobieństwie potencjalnego zysku. Analizy obejmowały porównanie warunków eksperymentalnych zgodnie z procedurą zastosowaną w badaniu oryginalnym. Uzyskane dane pozwalają na weryfikację zależności między doświadczeniem wykluczenia społecznego a skłonnością do podejmowania ryzyka finansowego w nowej próbie badawczej.

P10 Kiedy ryzyko nie wystarcza: co napędza zachowania ochronne w czasie kryzysu zdrowotnego

Agnieszka Smółka-Dolecka · Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wstęp: Pandemia COVID-19 podważyła klasyczny model homo oeconomicus, pokazując, że w warunkach kryzysu zdrowotnego decyzje jednostek rzadko opierają się na w pełni racjonalnej kalkulacji. Szczególnie w Polsce, kraju o niskim zaufaniu do instytucji, egzekwowanie nakazów sanitarnych napotykało na silne bariery.

Cel badania: Celem pracy była analiza psychologicznych i normatywnych uwarunkowań stosowania zasad DDM (Dystans, Dezynfekcja, Maseczka) w trakcie pandemii oraz weryfikacja trwałości tych zachowań w świecie postpandemicznym.

Metodologia: Zrealizowano trójfazowe badanie ilościowe (CAWI). Fazy I i II przeprowadzono na reprezentatywnych próbach w sierpniu i grudniu 2021 r. (fale wariantów Delta i Omikron). Faza III (2025 r.) stanowiła test trwałości nawyków na wyedukowanej próbie celowej. Dane analizowano z wykorzystaniem modeli regresji logistycznej.

Wyniki: Wykazano, że mechanizmy decyzyjne różniły się w zależności od rodzaju zachowania, a czysto racjonalna ocena ryzyka odgrywała rolę marginalną. W przypadku pełnego stosowania się do zasad (DDM), najsilniejszym predyktorem był afekt – wzrost obawy przed zakażeniem zwiększał szanse posłuszeństwa o jedną trzecią. Kluczowe okazały się również normy deskryptywne (naśladowanie innych). Zjawisko to ulegało jednak odwróceniu w przypadku łamania obostrzeń. Wyniki wskazują, że systematyczne nienoszenie maseczek stanowiło formę tożsamościowego i symbolicznego oporu wobec nakazów władzy. Co istotne, po uwzględnieniu tego komponentu normatywno-ideologicznego, afekt (strach przed wirusem) tracił swoje znaczenie statystyczne. Ponadto dane z 2025 r. ujawniły selektywną trwałość nawyków. Zachowania o wysokim koszcie społecznym i ładunku symbolicznym (maseczki, dystans) wygasły do poziomu sprzed pandemii, podczas gdy niskokosztowe mycie i dezynfekcja rąk uległy trwałej internalizacji.

Wnioski: Same modele oparte na poznawczej edukacji o ryzyku są niewystarczające w obliczu zagrożenia. Decyzje zdrowotne silniej napędzają emocje i normy społeczne, a trwałość wykreowanych nawyków zależy od ich bieżących kosztów behawioralnych i ładunku symbolicznego.

P11 Czas vs wysiłek: nieliniowa natura oceny jakości w sztuce

Edyta Sperling · Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych, Instytut Psychologii

Współautorzy: dr hab. Michał Białek prof. UWr (Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych, Instytut Psychologii)

Stoisz przed wyborem między dwoma stołami tego samego rzemieślnika. Pierwszy za 1600 zł powstał w dwa tygodnie przy użyciu elektronarzędzi. Drugi za 2600 zł był "wykonywany ręcznie przez trzy miesiące z wykorzystaniem tradycyjnych technik". Większość osób sięgnie po droższy, kierując się przekonaniem: więcej czasu (w domyśle wysiłku) = lepsza jakość. Efekt ten został opisany w literaturze jako heurystyka wysiłku (Kruger i inni., 2014), gdzie manipulacja czasem pokazała, że dłuższy czas wykonania odpowiada za wyższą ocenę jakości. Chcąc sprawdzić czy ta teoria ma zastosowanie w różnych rodzajach sztuki - zarówno estetycznej jak i rzemieślniczej przeprowadziliśmy badanie z udziałem 419 osób (wiek $M=35,4$). Rozdzieliliśmy dwa zazwyczaj uszajone aspekty: wpływ czasu i aktywny wysiłek. Uczestnicy oceniali dzieła z czterech kategorii (muzyka, malarstwo, ceramika, stolarstwo) w dwóch wariantach: ze wskazaniem na czas (szybko/typowo/długo niż przeciętna) lub ze wskazaniem na wysiłek (niewielki/typowy/wysoki). Wyniki pokazały, że w wariancie z wysiłkiem oceny jakości były wyższe $M=7,84$ vs. $M=7,57$ niż dla czasu, $F(1,414)=5,04$, $p=.025$. Jednak to co wydaje się bardziej interesujące to krzywo liniowość efektu oceny jakości w prezentowanych kategoriach. Najwyższe oceny otrzymywała "średnia" (typowy czas / przeciętny wysiłek). Zarówno zbyt mała ($M=7,46$), jak i paradoksalnie zbyt duża ($M=7,76$) prowadziły do niższych ocen jakości niezależnie od kategorii. Na podstawie otrzymanych wyników, można wysunąć potencjalny wniosek: zbyt mała inwestycja sygnalizuje pośpiech, ale nadmierna - niezdecydowanie lub brak talentu. Odkrycie to ma istotne implikacje empiryczne: skuteczniejsze jest komunikowanie umiarkowanych poziomów inwestycji ("poświęcę właściwie tyle, ile trzeba") niż ekstremalnych ("pracowałem latami"). Wyjaśnia to też potencjalne niespójności w literaturze z zakresu percepcji sztuki, gdzie wysiłek operacjonalizowany jako konkretna jednostka czasu może być różnie interpretowana przez osoby badane co daje finalnie inny odbiór sztuki.

P12 Zarządzanie reputacją przez błędy decyzyjne

Kacper Szymański · Uniwersytet Wrocławski; Instytut Psychologii

Współautorzy: Aleksandra Pytlińska (Uniwersytet Wrocławski, Instytut Psychologii); Katarzyna Pypno-Blajda (Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego); Michał Białek (Uniwersytet Wrocławski, Instytut Psychologii)

Wyobraźmy sobie osobę, która ulega błędowi decyzyjnemu topionych kosztów i nie rezygnuje z nieudanej inwestycji. Albo kogoś, kto ulega złudzeniu gracza i stawia pieniądze, które najprawdopodobniej straci. Tradycyjna ekonomia behawioralna uzna obie osoby za irracjonalne. Ale co, jeśli ta irracjonalność jest w pewnych kontekstach strategicznie opłacalna, nie finansowo, lecz społecznie?

W projekcie tym badamy, czy błędy decyzyjne, takie jak topienie kosztów, efekt dyspozycji, heurystyka dostępności, mogą przynosić korzyści lub straty reputacyjne. Reputację zoperacjonalizowaliśmy jako zbiór przekonań, jakie inni żywią na temat danej osoby, obejmujący cztery wymiary: wiarygodność, rzetelność, ciepło i kompetencję.

W dwóch badaniach eksperymentalnych uczestnicy oceniali na 100-stopniowej skali hipotetyczną osobę podejmującą decyzje normatywnie poprawne lub błędne. Wyniki są znaczące: racjonalność nie zawsze popłaca. Odpowiedzi normatywnie trafne silnie podnosiły reputację, np. w przypadku złudzenia gracza ($b = 27,28$) czy efektu owczego pędu ($b = 22,97$). Jednak w przypadku efektu dyspozycji ($b = -25,14$) czy zaniedbania proporcji podstawowych ($b = -13,63$) to właśnie "błąd" podnosił oceny społeczne.

Wnioski te kwestionują klasyczny podział na racjonalne i irracjonalne zachowanie. Sugerują, że niektóre tendencje poznawcze, uważane za błędy decyzyjne, mogą być formą racjonalności społecznej, czy reputacyjnej. Dla psychologii ekonomicznej, marketingu i selekcji personalnej oznacza to konieczność uwzględnienia reputacyjnych rozważań stojących za ludzkimi decyzjami. Tym samym projekt ma w sobie potencjał odwrócenia dotychczasowego spostrzegania racjonalności i podważenia praktyk opartych o dowody w obszarze błędów decyzyjnych.

Indeks autorów

Magdalena Adamczyk-Kowalczyk	Poster P1
Beata Andrzejewska	Sesja 5
Marta Barnaś	Sesja 6
Wojciech Białaszek	Sesja 6
Michał Białek	Sesja 8
Magdalena Brzozowicz	Sesja 5
Jakub Cacek	Sesja 6
Katarzyna Cantarero	Sesja 4
Damian Cyman	Poster P2
Joanna Dixia	Sesja 5
Artur Domurat	Sesja 8
Nicole Drolsum	Poster P3
Andrzej Falkowski	Sesja 2
Agata Gąsiorowska	Sesja 6
Hanna Godlewska	Sesja 3
Patrycja Golus	Sesja 2
Alicja Grochowska	Sesja 7, Poster P4
Damian Hamerski	Poster P5
Anna Hełka	Sesja 1
Patryk Kamiński	Sesja 4
Dorota Kanafa-Chmielewska	Sesja 7
Konrad Kiełtyka	Poster P6
Wiktoria Kończak	Poster P7
Tomasz Kopczewski	Sesja 8
Jakub Krawiec	Sesja 1
Elżbieta Kubińska	Sesja 1
Paweł Kuśmierczyk	Sesja 2
Emilia Linde	Sesja 8
Wojciech Milczarski	Sesja 4
Supratik Mondal	Sesja 3
Rafał Muda	Sesja 7
Dawid Narewski	Poster P8
Paweł Niszczota	Sesja 7
Franciszek Ostaszewski	Sesja 1
Filip Pietkiewicz-Bednarek	Sesja 1
Katarzyna Pypno-Błajda	Sesja 6
Aleksandra Pytlińska	Sesja 4
Joanna Rudzińska-Wojciechowska	Sesja 2
Kinga Skotnicka	Poster P9
Agnieszka Smółka-Dolecka	Poster P10
Agata Sobków	Sesja 3
Edyta Sperling	Poster P11
Łukasz Sumliński	Sesja 7
Kacper Szymański	Poster P12
Anna Świętek	Sesja 5

Jakub Traczyk	Sesja 3
Agata Trzcińska	Sesja 2
Tomasz Witkowski	Sesja 8
Sebastian Wnęk	Sesja 4
Tomasz Zaleśkiewicz	Sesja 5
Michał Zięba	Sesja 3