

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
CZĘŚĆ I. ROLA JA W PERCEPCJI SPOŁECZNEJ. PRZESŁANKI WŁASNYCH ZAMIERZEŃ BADAWCZYCH	
Rozdział I. Efekty odnoszenia do JA informacji społecznych	13
Rozdział II. Ograniczenia wpływu schematu JA na przetwarzanie informacji i percepcję społeczną	27
CZĘŚĆ II. ZJAWISKO ASYMETRII W OCENIANIU PODOBIENSTWA LUB DYSTANSU JA – INNI JAKO TZW. EFEKT "ODNOSZENIA DO JA" INFORMACJI SPOŁECZNYCH	
Rozdział I. Zjawisko asymetrii w porównywaniu obiektów	35
Rozdział II. Hipotezy wyjaśniające mechanizm zjawiska asymetrii	40
CZĘŚĆ III. PROBLEMY BADAWCZE	
Rozdział I. Asymetria jako przejaw centracji na JA lub INNYCH	49
Rozdział II. Hipotezy badawcze	54
CZĘŚĆ IV. POMIAR ASYMETRII	
Rozdział I. Metoda pomiaru zjawiska asymetrii w badaniach własnych	59
CZĘŚĆ V. JA JAKO PUNKT ODNIESIENIA W PERCEPCJI: WYNIKI BADAŃ	
Rozdział I. Hipoteza sytuacyjnej widoczności obiektów	71
Rozdział II. Hipoteza prototypowości JA	85
Rozdział III. Hipoteza interakcyjna: Prototypowość JA i jego widoczność a zjawisko asymetrii	94
CZĘŚĆ VI. INNI JAKO PUNKT ODNIESIENIA W PERCEPCJI: WYNIKI BADAŃ	
Rozdział I. Obraz INNYCH a zjawisko asymetrii	103
Rozdział II. Pojęcie stereotypowości obiektów społecznych	107
CZĘŚĆ VII. ZAGĘSZCZENIE OBIEKTÓW W PRZESTRZENI A JA VS. INNY JAKO PUNKTY ODNIESIENIA W PERCEPCJI	
Rozdział I. Zagęszczenie przestrzeni a hipoteza zwiększonej widoczności obiektów jako źródła asymetrii	117
CZĘŚĆ VIII. WNIOSKI	
Rozdział I. Tezy wynikające z badań	129
BIBLIOGRAFIA	136
SUMMARY IN ENGLISH	143