Poznanie społeczne (ang. *social cognition*) - pojęcie socjologiczne mówiące o sposobie, w jaki ludzie selekcjonują, interpretują i wykorzystują informacje potrzebne do formułowania sądów i podejmowania decyzji dotyczących świata społecznego. Jest to zdolność do odbioru istotnych społecznie informacji i adekwatnego zachowania jednostki, związane jest z przetwarzaniem informacji niesionych przez istotne społecznie bodźce.

Błąd poznawczy – w poznaniu społecznym ogólne określenie wzorca nieracjonalnego spostrzegania rzeczywistości, mającego wpływ na ludzkie postawy, emocje, rozumowanie lub zachowania (działania). Badaniem błędów poznawczych zajmują się nauki społeczne.

Historia badań

Wzorce nieracjonalnego postrzegania rzeczywistości nie od razu były nazywane błędami poznawczymi, a od zauważenia i opisania mechanizmu do jego zdefiniowania i wyjaśnienia mijało czasami kilkaset lat. Na przykład filozof John Locke już w XVII wieku zauważył, że letnia woda może wydawać się raz gorąca, a raz zimna, w zależności od tego w jakiej wodzie (zimnej czy gorącej) trzymaliśmy wcześniej rękę. Dopiero w XX wieku zdefiniowano to jako efekt kontrastu. A o efekcie wyświadczonej przysługi pisał wcześniej i Benjamin Franklin i Lew Tołstoj.

Badania nad czynnikami wpływającymi na percepcję

Za początki naukowego zainteresowania tą tematyką uznaje się lata 50 XX wieku. Wtedy to Jerome S. Bruner i Leo Postman rozpoczęli badania nad tym, jak potrzeby, motywacja i oczekiwania wpływają na ludzką percepcję. Ciekawostką jest (jak pisze J. Bruner w autobiografii), że to, co oni uznali za "psychologiczny fenomen" warty dalszych badań, prawie sto lat wcześniej Gustav Theodor Fechner, który również zauważył wpływ różnych czynników na ludzką percepcję, nazwał "błędem badania" i dążył do wykluczenia go z wyników eksperymentów. Tych dwóch psychologów zapoczątkowało tym samym okres w psychologii zwany "nowym spojrzeniem" (*New Look*), stawianym w opozycji do dotychczasowego podejścia postulującego badanie procesów percepcji niezależnie od otaczającego świata i osoby, która ten świat spostrzega. W swoich badaniach zauważyli oni między innymi, że dzieci, którym pokazuje się atrakcyjną zabawkę i tej samej wielkości zwykłe klocki, uważają zabawkę za większą od klocków, ponieważ ma ona dla nich większą wartość. Wartość tej zabawki dodatkowo rosła w sytuacji, gdy nie można było się nią bawić. W trakcie kilku następnych lat kolejni badacze dokonywali podobnych odkryć: między innymi o tym, że stan organizmu wraz z bodźcami zewnętrznymi wpływał na percepcję określonego bodźca lub o tym, że myślenie życzeniowe osób badanych wpływało na ich postrzeganie świata.

Naiwny naukowiec i ukryte teorie osobowości

W latach 60, głównie pod wpływem teorii gier (a zwłaszcza jej założenia o racjonalności wyborów) pojawiły się próby tłumaczenia zauważonych nieracjonalności w myśleniu potocznym. Uznanie zyskała teoria przedstawiająca człowieka jako naiwnego naukowca (*naive scientist*), który tworzy własne teorie psychologiczne, a następnie sprawdza je w praktyce, choć z różnym skutkiem. Sugerowano, że zwykły człowiek i naukowiec stosują te same reguły: operują pojęciami statystycznymi, stosują kanony Milla i podejmują racjonalne decyzje przynoszące im maksymalną użyteczność. Rozpowszechniły się ukryte teorii osobowości, których używano do opisu naiwnych reguł wnioskowania o cechach i zachowaniach ludzi na podstawie ograniczonych informacji. W tym samym czasie Peter Wason prowadził badania nad selektywnością poszukiwanych informacji i nad testem selekcji, które doprowadziły potem do zdefiniowania błędu konfirmacji. Ponieważ wnioski Wasona były sprzeczne z ideą człowieka jako naiwnego naukowca, więc jego badania stały się obiektem zainteresowań dopiero w latach 70.

Ocena prawdopodobieństwa i błędy przy podejmowaniu decyzji oraz pierwsze użycie nazwy błąd poznawczy

Formalnymi autorami definicji błędu poznawczego są Daniel Kahneman i Amos Tversky. Zaczęło się od publikacji artykułu, w którym opisali oni między innymi wyniki eksperymentu nazywanego "problemem oddziału położniczego". W badaniu tym studenci dostawali informację, że w dużym szpitalu rodzi się około 60 dzieci dziennie, a w małym około 15 dzieci dziennie. Następnie pytano ich, w którym szpitalu będzie więcej takich dni w roku, w których urodzi się przynajmniej 60% chłopców. Około $^{1}/_{3}$ studentów uważało, że takich dni będzie więcej w szpitalu większym, kolejna $^{1}/_{3}$, że w szpitalu mniejszym, a reszta osób twierdziła, że nie będzie różnicy pomiędzy szpitalami. Ten prosty problem statystyczny zapoczątkował kolejne badania. Rok później, w 1973 r. ci sami autorzy opublikowali kolejne dwa artykuły, pierwszy o podejmowaniu decyzji w warunkach niepewności. Przedstawili w nim wyniki kilkunastu eksperymentów, w których trzeba było wykazać się pojęciami z zakresu rachunku prawdopodobieństwa, a wyniki pokazały, że nawet osoby z przygotowaniem merytorycznym (studenci po zajęciach statystyki) mają tendencję do popełniania podstawowych błędów wnioskowania. Nazwali oni m.in: błąd nieregresyjnych przewidywań, złudzenie gracza oraz błąd koniunkcji. W drugim artykule opisali badania nad przypisywaniem większego prawdopodobieństwa zdarzeniom, które łatwiej przywołać do świadomości (heurystyka dostępności). Jako wytłumaczenie całości tych zjawisk zaproponowali pojęcie heurystyki jako uproszczonej reguły wnioskowania, czyli myślowego "pójścia na skróty", której stosowanie doprowadza do **błędów poznawczych**.

Te pierwsze publikacje zapoczątkowały cały szereg badań nad heurystykami i błędami poznawczymi, które wykroczyły poza psychologię i objęły również takie dziedziny jak ekonomia, medycyna czy politologia. Były również inspiracją do stworzenia w 1979 r. stojącej w opozycji do teorii oczekiwanej użyteczności, teorii perspektywy, za którą Daniel Kahneman otrzymał w 2002 r. Nagrodę Nobla w dziedzinie ekonomii.

Rozwój badań

Lata 80 i 90 zaowocowały dużą ilością publikacji dotyczących błędów poznawczych. Z jednej strony kontynuowano badania nad heurystykami stosowanymi w podejmowaniu decyzji, z drugiej strony odkrywano (lub przypominano sobie) inne przykłady odchyleń od racjonalności, które definiowano jako błędy poznawcze. Tak stało się na przykład z efektem czystej ekspozycji Roberta Zajonca, fenomenem sprawiedliwego świata czy efektem posiadania. Obecnie jako błąd poznawczy traktuje się każdy w miarę stały wzorzec nieracjonalnego spostrzegania rzeczywistości.

Przykłady błędów w spostrzeganiu interpersonalnym

Błąd aktora-obserwatora – jeden z błędów atrybucyjnych polegający na odmiennym interpretowaniu zjawisk wtedy, gdy się w nich uczestniczy, i wtedy, gdy się je tylko obserwuje. Jeśli jesteśmy podmiotem danego działania (aktorami), to zwykle tłumaczymy swoje zachowanie w kategoriach okoliczności (dokonujemy tzw. atrybucji sytuacyjnej). Gdy to samo zachowanie widzimy u innych ludzi (jesteśmy obserwatorami), dokonujemy atrybucji dyspozycyjnej, czyli poszukujemy przyczyn tego działania wewnątrz obserwowanej osoby.

Przykład: Gdy idę do kina, to idę dlatego, że jest właśnie interesujący film, na byle co nie chodzę (interesujący film – atrybucja sytuacyjna). Gdy widzę, że inni ludzie idą do kina, dochodzę do wniosku, że ludzie lubią się zabawić, dlatego chodzą do kina (atrybucja dyspozycyjna).

Błąd łagodności jest jedną z odmian podstawowego błędu atrybucji. Wynika z faktu, że większość ludzi wchodzi w interakcję mając pozytywne oczekiwania co do rozmówcy. Objawia się deformowaniem informacji, które docierają o interlokutorze podczas rozmowy. Informacje o zaletach rozmówcy są łatwo zauważane, informacje o wadach ignorowane. Błąd łagodności polega na przecenianiu zalet innych ludzi i niedocenianiu wad.

Błąd tendencji centralnej – błąd popełniany w spostrzeganiu społecznym, odmiana podstawowego błędu atrybucji. Polega na skłonności do przeceniania podobieństw między ludźmi i ignorowania różnic indywidualnych. W efekcie inni ludzie wydają się nam bardziej podobni do siebie, niż są w rzeczywistości.

Jedną z przyczyn "równania do średniej" jest niewielka ilość cech wewnętrznych, którymi na co dzień posługujemy się w procesie atrybucji. Zastanawiamy się nad tym, czy inni ludzie są uczciwi, inteligentni, szczerzy i... niewiele więcej. W efekcie przeceniamy stopień, w jakim inni ludzie są do siebie podobni. Inną przyczyną błędu tendencji centralnej są ograniczone zasoby poznawcze oraz czas, jaki poświęcamy na myślenie o innych ludziach.
Zobacz też: błąd pierwszego rzutu oka.

Dysonans podecyzyjny - Szczególna postać dysonansu poznawczego. Przed podjęciem ważnej decyzji większość ludzi stara się myśleć jak najbardziej racjonalnie: zbiera informacje na temat dostępnych opcji, rozważa za i przeciw każdej ewentualnej decyzji itd.
Po podjęciu decyzji pojawia się zwykle dysonans poznawczy, w tym wypadku przyjmujący postać wątpliwości co do tego, czy podjęta decyzja jest słuszna. Dzieje się tak, bowiem zawsze wybrana opcja ma swoje minusy, a odrzucona swoje plusy. Stąd dysonans.
W związku z tym po podjęciu decyzji (zwłaszcza gdy jest ona nieodwracalna) ludzie nie są już zainteresowani racjonalną oceną podjętej przez siebie decyzji, ale raczej tym aby wyglądała ona na racjonalną w ich własnych oczach. Dlatego starają się "zagłuszyć" wszelkie swoje wątpliwości podkreślając zalety opcji, którą wybrali i minimalizując jej wady. Jednocześnie podkreślają wady odrzuconej możliwości i minimalizują jej zalety. Wygląda to tak, jakby sami siebie chcieli przekonać, że podjęta decyzja jest słuszna. Motywem takiej deformacji poznawczej jest pragnienie pozbycia się dysonansu podecyzyjnego (czytaj: wątpliwości co do tego, że podjęta decyzja jest najwłaściwsza z możliwych).

Efekt aureoli, efekt halo (ang. *halo effect*) – w psychologii tendencja do automatycznego, pozytywnego (efekt Galatei, efekt nimbu, anielski efekt halo) lub negatywnego (efekt Golema, szatański efekt halo) przypisywania cech osobowościowych na podstawie pozytywnego lub negatywnego wrażenia. Innymi słowy "aureola" może być pozytywna lub negatywna.
Jest odmianą podstawowego błędu atrybucji. Polega na tym, że przypisanie jednej ważnej pozytywnej lub negatywnej właściwości wpływa na skłonność do przypisywania innych, niezaobserwowanych właściwości, które są zgodne ze znakiem emocjonalnym pierwszego przypisanego atrybutu.
Istotą efektu aureoli jest przypisanie komuś (atrybucja) ważnej pozytywnej lub negatywnej cechy wewnętrznej. Przypisanie cechy nieważnej nie musi wywołać efektu aureoli. Najważniejszymi atrybutami, które posiadają moc wywoływania efektu aureoli, są: mądrość/głupota, dobroć/zło, nieatrakcyjność/atrakcyjność fizyczna oraz wygląd zewnętrzny, np. schludny/brudas.
Przykład:

Punktualność jest dla mnie ważną wartością. Spotykam nową osobę i zauważam, że jest ona punktualna, więc będę skłonny myśleć, że jest też inteligentna, przyjazna, uczciwa etc.
Spotykam osobę, którą oceniam jako niekulturalną i agresywną. Będę skłonny myśleć o tym człowieku, że jest także np. leniwy i ma zaściankowe poglądy.

Efekt jednorodności grupy obcej (ang. *out-group homogeneity*), zwany też **błędem jednorodności grupy obcej** (ang. *outgroup homogeneity bias*) − tendencja do postrzegania członków grupy obcej jako bardziej do siebie podobnych (jednorodnych, homogenicznych), niż to jest w rzeczywistości oraz jako bardziej jednorodnych, niż członkowie grupy własnej. Tendencja ta jest efektem kategoryzacji społecznej i często prowadzi do powstawania stereotypów. Za twórcę pojęcia jednorodności grupy obcej uważany jest Henri Tajfel, który prowadząc badania nad kategoryzacją społeczną zauważył i opisał wiele zjawisk zachodzących w relacjach międzygrupowych.
Przykładem efektu jednorodności grupy obcej jest często powtarzane przez kobiety zdanie: "Wszyscy mężczyźni są tacy sami, wszyscy chcą tylko jednego".

Wyjaśnienie efektu
Jednym z proponowanych wyjaśnień efektu jednorodności grupy obcej była liczba znanych nam osób będących członkami grupy własnej i grupy obcej. Ponieważ znamy znacznie więcej osób z grupy własnej i wchodzimy z nimi w częste interakcje, to łatwiej nam zauważyć różnice między nimi, niż pomiędzy różnymi członkami grupy obcej, których spotykamy rzadziej. Badania pokazały jednak, że występowanie efektu nie ma związku z liczbą osób znanych w grupach lub z częstotliwością interakcji (przykładem są grupy kobiet i mężczyzn, które często wchodzą w interakcje i mają podobną ilość znanych członków obu grup).
Kolejne wytłumaczenie odwołuje się do teorii tożsamości społecznej Henriego Tajfela. Poczucie tożsamości społecznej i identyfikacja z grupą własną wpływa na sposób postrzegania członków grupy własnej i obcej. Im większą rolę odgrywa identyfikacja z daną grupą, tym bardziej podobni do siebie wydają się członkowie grupy obcej i tym większa staje się skłonność do traktowania grupy obcej jako jednorodnej.

Wyjątek w zasadzie jednorodności grupy obcej
W 1977 roku przeprowadzono badanie, które pokazało, że członkowie niektórych mniejszości (etnicznych, narodowych lub seksualnych) mogą uważać grupę własną za bardziej jednorodną, niż grupę obcą. Wytłumaczenie tego zjawiska bazuje na percepcji ich samych w kategoriach stereotypu. Skoro inni uważają ich za "takich samych", to oni − silnie się z ta grupą identyfikując − zaczynają się

tak właśnie czuć. Innym wytłumaczeniem tego zjawiska jest chęć pokazania większej solidarności grupy własnej.

Efekt pierwszeństwa – informacja otrzymana wcześniej wywiera zazwyczaj większy wpływ na tworzenie się ogólnego wrażenia, niż informacja otrzymana później. Pierwsza informacja stanowi punkt odniesienia dla kolejnych informacji, jakie do nas docierają. Efekt pierwszeństwa tłumaczy m.in. fakt, że szybko wyrabiamy sobie zdanie o nowo poznanej osobie i późniejsze zachowanie tej osoby interpretujemy w sposób zgodny z naszym pierwszym wrażeniem.

Efekt świeżości polega na silniejszym oddziaływaniu informacji, które nadeszły jako ostatnie (najświeższych), niż tych, które pojawiły się wcześniej. Efekt świeżości kontrastuje z efektem pierwszeństwa - zjawiskiem lepszego zapamiętywania informacji odbieranych na początku.
Z efektem świeżości wiąże się zagadnienie zmieniania postaw. Badacze interesowali się, który z efektów będzie przeważać: efekt świeżości czy efekt pierwszeństwa. Zagadnienie to jest badane w ramach wpływu perswazyjnego i zmiany postaw.

Samoutrudnianie – w psychologii mechanizm obronny, polegający na przewidywaniu niepowodzenia i jednoczesnym przygotowywaniu takich jego wyjaśnień, które minimalizują brak zdolności jako jego możliwą przyczynę. Samoutrudnianie idzie w parze z zaniżoną samooceną. Zalicza się je do defensywnych technik autoprezentacji, bowiem pozwala ochronić poczucie wartości (na krótką metę), jednak znacznie obniża szanse na osiągnięcie upragnionego sukcesu, w rezultacie czego na dłuższą metę obniża samoocenę. Pewien paradoks samoutrudniania polega na tym, że im bardziej zależy komuś na osiągnięciu sukcesu, tym bardziej prawdopodobne jest, że będzie stosować techniki samoutrudniające (jeśli ma zaniżoną samoocenę).
W polskiej psychologii społecznej samoutrudnianiem zajmowali się Dariusz Doliński i Andrzej Szmajke. Eksperymenty, które przeprowadzili, dowiodły między innymi, że zdenerwowanie przedegzaminacyjne i depresyjny nastrój mogą być technikami samoobronnymi.
Samoutrudnianie traktuje się jako patologiczną postać tendencji samoobronnej. Występuje ono z różnymi zaburzeniami, między innymi z depresją czy alkoholizmem.
Skrajną formą samoutrudniania jest proces rezygnowania z jakiegoś działania w celu ochrony poczucia własnej wartości w momencie, gdy osoba nie jest w stanie osiągnąć wymaganego od niej celu.
Przykład:
Uczeń nie przygotowuje się do sprawdzianu, ponieważ w przypadku jego niezdania winę będzie mógł zrzucić na swoje nieprzygotowanie, nie zaś na brak inteligencji.

Zjawisko wrogich mediów lub **efekt wrogich mediów** polega na skłonności ludzi o sprecyzowanych i ekstremalnych poglądach do twierdzenia, że media prezentujące neutralny punkt widzenia w rzeczywistości przedstawiają skrzywiony, bo niejednostronny obraz sytuacji. Efekt ten został zidentyfikowany eksperymentalnie (np. Vallone, Ross, & Lepper, 1985).

Eksperymenty

Grupie propalestyńskich i proizraelskich studentów ze Stanford University pokazano ten sam materiał filmowy, dotyczący masakry palestyńskich uchodźców przez libańskie siły w Bejrucie podczas libańskiej wojny domowej. Przy ocenie tego materiału obie strony określiły materiał jako nieobiektywny i popierający drugą stronę. Proizraelscy studenci wskazali w materiale więcej antyizraelskich szczegółów i mniej proizraelskich niż propalestyńscy. Obie strony oceniły, że neutralny obserwator uzyskałby nieuczciwie negatywną wizję ich strony oraz że materiał usprawiedliwia działania przeciwnika i zwala winę na ich stronę.

Istotną cechą tego eksperymentu było niezadawanie studentom bezpośrednich pytań dotyczących subiektywnej oceny roli mediów w przedstawianiu konfliktu. Zamiast tego badani podzielili się na dwie grupy według prostych, obiektywnych kryteriów takich jak liczba wskazanych szczegółów dotyczących poszczególnych tematów. Autorzy badania pokazali w ten sposób, że efekt wrogich mediów nie jest wyłącznie kwestią różnicy *opinii*, ale również różnicy *percepcji*.

W innym eksperymencie proszono studentów dwóch rywalizujących uniwersytetów, aby liczyli faule w meczu futbolowym pomiędzy drużynami tych uniwersytetów. Mecz był szczególnie brutalny. Mimo że wszyscy studenci oglądali ten sam mecz w tym samym czasie, grupy istotnie różniły się liczbą zauważonych fauli. Wszyscy studenci widzieli znacznie więcej fauli popełnianych przez drużynę przeciwną. Obie grupy były także przekonane, że sędzia jest stronniczy i faworyzuje przeciwników.

Omówienie

Omawiane zniekształcenie poznawcze jest związane między innymi z dysonansem poznawczym. Informacje niezgodne z jasno sprecyzowanymi poglądami i postawami wywołują nieprzyjemne uczucie dysonansowe. Osoby o poglądach ekstremalnych mają skłonność oceniać obiektywne informacje (czyli takie, które przedstawiają stanowisko obu stron konfliktu) jako stronnicze i kwestionować wiarygodność źródła informacji. Dzieje się tak dlatego, że pokazanie poglądów drugiej strony łatwo wywołuje niepokój ("Ojej, być może nie mam racji myśląc tak, jak myślę"). Jednym ze skutecznych sposobów zmniejszenia tego dysonansowego uczucia jest zakwestionowanie obiektywności źródła informacji (tu: mediów).

Efekt, o którym mowa, stanowi w pewnym sensie odwrotność błędu konfirmacji: w tym przypadku ludzie zwracają większą uwagę na informacje sprzeczne z ich poglądem niż na te, które go potwierdzają.
Zjawisko wrogich mediów zostało wykryte przy innych politycznych wydarzeniach, takich jak wojna w Bośni albo wybory prezydenckie. Dotyczy ono jednak nie tylko spostrzegania informacji podawanych przez media, ale wszelkich informacji, które są niezgodne z własnymi, ekstremalnymi poglądami.

Samospełniające się proroctwo (samorealizująca się przepowiednia) – zjawisko polegające na tym, że określone oczekiwania w stosunku do pewnych zachowań lub zdarzeń wpływają na te zachowania lub zdarzenia w sposób, który powoduje spełnienie oczekiwań. Występuje ono wówczas, gdy informacja o mającym się zdarzyć incydencie pochodzi z wiarygodnego dla jednostek źródła i pod wpływem tej informacji jednostki postępują w taki sposób, że realizują w końcu treść *przepowiedni*. Jest ono zjawiskiem nieświadomym i pojawia się w sposób mimowolny.
Przykładem samospełniającego się proroctwa może być np. plotka o tym, że dany bank w najbliższym czasie z powodu problemów finansowych upadnie. W wyniku rozchodzenia się tej informacji wśród klientów banku pojawić może się zjawisko *owczego pędu*, gdy klienci wierząc w plotkę zaczynają wyciągać złożone w nim oszczędności. Rezultatem takiego działania jest wyprowadzenie pieniędzy z banku i doprowadzenie go do upadku.

Efekt Pigmaliona — odmiana samospełniającego się proroctwa zidentyfikowana po raz pierwszy przez socjologa Roberta Mertona. Polega na spełnianiu się pozytywnego oczekiwania wobec kogoś dlatego, że to pozytywne oczekiwanie sobie wytworzyliśmy.
Efekt Pigmaliona często utożsamiany jest z Efektem Rosenthala (od nazwiska psychologa niemieckiego pochodzenia, Roberta Rosenthala) i tak też jest utożsamiany w części literatury psychologicznej. Jednak już np. w *Oxford Dictionary of Psychology* (*Second Edition*) z 2006 roku zaznaczony jest podział na Efekt Pigmaliona (*Pygmalion effect*), oznaczający zjawisko, zgodnie z którym ludzie wykazują tendencję do zachowywania się zgodnie z tym, czego oczekują od nich inni, oraz na efekt Rosenthala (*Rosenthal effect*), określany inaczej Efektem Oczekiwań Eksperymentatora (*experimenter expectancy effect*), przejawiającym się w fakcie, iż w niektórych naukach wyniki dwóch identycznych badań (eksperymentów) potrafią być sprzeczne, wykazując jednocześnie tendencję do bycia zgodnymi z wcześniejszymi oczekiwaniami przeprowadzającego je badacza.
Pochodzenie terminu

Pigmalion w mitologii greckiej był królem Cypru, który stworzył z kości słoniowej posąg idealnej kobiety i zakochał się w nim. Następnie modlił się do Afrodyty, aby go ożywiła. Afrodyta spełniła jego prośbę.

Pigmalion to także tytuł znanej sztuki George'a Bernarda Shawa. Jej tytułowy bohater, profesor Higgins, naucza biedną kwiaciarkę poprawnej wymowy angielskiej i wprowadza ją na salony. W rezultacie dziewczyna zostaje przez śmietankę towarzyską potraktowana jak arystokratka. W tej wersji tej historii jednak Higgins nie zakochuje się w dziewczynie, która wychodzi za innego mężczyznę, mimo iż była zakochana w Higginsie.

Przykłady

Osoba A została okłamana, że osoba B ją bardzo lubi. Osoba A cieszy się z tego i zaczyna lubić osobę B, dlatego przyjaźnie się do niej odnosi. To powoduje, że osoba B naprawdę zaczyna lubić osobę A.

Nauczyciel jest przekonany, że niektóre dzieci w jego klasie są szczególnie zdolne (może być to np. pomyłkowe przypisanie tym dzieciom wyniku w teście inteligencji). Dlatego traktuje je inaczej niż resztę. Na przykład daje im zadania i nie pomaga, wierząc, że poradzą sobie z nimi same. W tym czasie nauczyciel pomaga dzieciom, które uważa za mniej zdolne. W efekcie dzieci rzekomo bardziej bystre zmuszone są do samodzielnego radzenia sobie i zaczynają faktycznie więcej umieć, bardziej wierzą w swoje siły oraz kompetencje, a ich myślenie staje się bardziej bystre. W efekcie po jakimś czasie faktycznie wypadają lepiej w testach inteligencji niż te dzieci, o których nauczyciel był przekonany, że są mniej zdolne. Dzieci, o których nauczyciele myśleli, że są mniej zdolne, stają się przykładem efektu Golema.