

Abstrakt

Předložená práce provádí kvantitativní syntézu 418 odhadů efektu atraktivity na produktivitu, které byly získány ze 37 studií. Za účelem zjištění míry publikační selektivity jsem tyto odhady efektu atraktivity podrobila testům prostřednictvím neformálních testovacích metod jako je trychtýřový graf, jakož i prostřednictvím metod formálních. Pomocí nich jsem dospěla k přesvědčivým důkazům o existující selektivitě v uváděných údajích: V literatuře jednoznačně převažují pozitivní odhady efektu atraktivity. K určení zdrojů heterogenity v uvedených odhadech jsem shromáždila 21 vysvětlujících proměnných. V práci zohledňuji nejistotu modelů a spoléhám se na Bayesovské průměrování modelů. Pro potřeby kontroly robustnosti používám frekventistické průměrování modelů. Výsledky zkoumání naznačují, že rozdíly v uváděných odhadech jsou zřejmě důsledkem odlišné volby koncepce a různých zdrojů pravé heterogenity, jako jsou zeměpisné regiony a individuální rysy respondentů (věk, vzdělání a kognitivní schopnosti). Povolání a pohlaví respondentů nemají žádný vliv na odhady dopadů efektu atraktivity na produktivitu. Průměrná míra efektu atraktivity je pravděpodobně mnohem nižší než se mnozí domnívají na základě dostupné empirické literatury.

JEL kódy: C83, J3, J7, M51

Klíčová slova: meta-analýza, produktivita, diskriminace, publikační selektivita

E-mail autora xenia.bortnikova@gmail.com

E-mail vedoucího práce tomas.havranek@fsv.cuni.cz