

Tytuł: Nadmierne kupowanie jako zachowanie pozwalające radzić sobie z nudą: Moderująca rola materializmu

Autor: Agata Kocimska-Bortnowska

Recenzent: Erik Wästlund **Wstęp**

Niniejsza rozprawa dotyczy nudy oraz tego, w jaki sposób nadmierne kupowanie może służyć jej złagodzeniu. Rozprawa składa się z systematycznego przeglądu literatury oraz czterech badań empirycznych, w których wzięło udział łącznie 2221 uczestników. Z metodologicznego punktu widzenia warto zauważyć, że rozprawa opiera się na przeglądzie literatury, eksperymencie laboratoryjnym, badaniu dzienniczkowym oraz dwóch badaniach internetowych. Podejście oparte na wielu metodach w połączeniu z dużą liczbą uczestników zapewnia niniejszej rozprawie solidną podstawę do zbadania analizowanego zjawiska.

Badanie 1: przegląd literatury (55 artykułów, 83 badania)

Badanie 2: eksperyment laboratoryjny (n = 297)

Badanie 3: badanie dzienniczkowe (n = 927)

Badanie 4a: badanie internetowe (n = 231)

Badanie 4b: badanie internetowe (n = 766)

Z teoretycznego punktu widzenia rozprawa opiera się na wcześniejszych badaniach dotyczących nudy, zachowań zakupowych/nadmiernego kupowania oraz materializmu.

Jeśli chodzi o nudę, rozprawa przedstawia wyczerpujący przegląd dotychczasowych badań oraz liczne aspekty tego złożonego zjawiska psychologicznego. Po wstępnym omówieniu kwestii „cecha-stan” przedstawiono podejście zintegrowane. W tym ujęciu nuda jako stan to „przejściowe doświadczenie nieoptymalnego poziomu pobudzenia”, a nuda jako cecha charakteru „odzwierciedla częstotliwość i intensywność stanu nudy”. Następnie przedstawiono podsumowanie licznych teoretycznych ujęć nudy oraz strategii radzenia sobie z nudą. Szczególną uwagę poświęca się związkowi między nudą a odczuwanym poczuciem sensu. Mówiąc dokładniej, poczucie bezsensu jako element nudy postrzegane jest jako czynnik motywujący do odzyskania poczucia sensu.

Następnie autorka przechodzi do kwestii nadmiernego kupowania jako możliwej i prawdopodobnej strategii radzenia sobie z nudą. W przeciwieństwie do tradycyjnego poglądu, zgodnie z którym konsumpcja jest działaniem funkcjonalnym i racjonalnym, niniejsza rozprawa opiera się na założeniu, że konsumpcja może być również działaniem hedonistycznym, które może wynikać z chęci czerpania przyjemności lub mieć na celu zminimalizowanie różnych nieprzyjemnych stanów, takich jak nuda czy odczuwany brak sensu. Idąc tym tokiem rozumowania, autorka stawia również tezę, że nadmierne kupowanie powinno prowadzić do przywrócenia poczucia sensu i zmniejszenia odczuwania nudy.

W ostatnim rozdziale poświęconym zagadnieniom teoretycznym omówiono materializm, który opisano jako orientację wartościującą. Osoby o wysokim poziomie materializmu są opisywane jako takie, które uważają dobra materialne za kluczowe dla samorealizacji i sukcesu. Stanowisko to jest analizowane w kontekście „bieżni hedonistycznej”, a także omawiane są konsekwencje radzenia sobie z nudą.

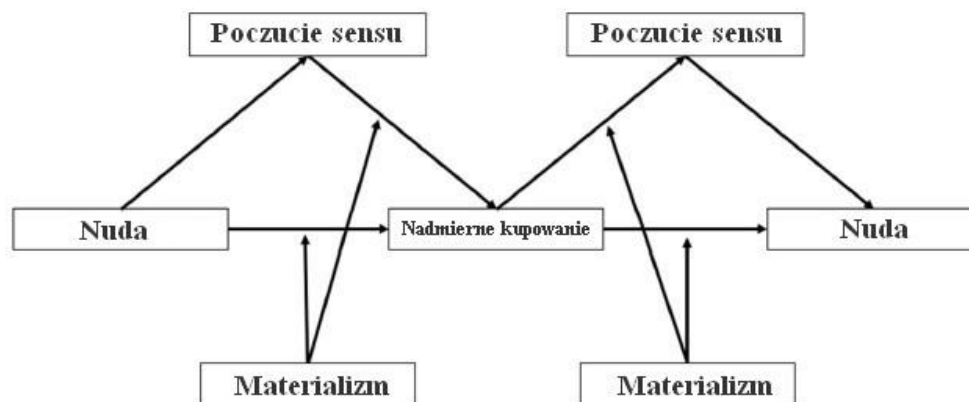
W oparciu o te ramy teoretyczne sformułowano trzy hipotezy:

H1: Nuda prowadzi do nadmiernego kupowania.

H2: Nadmierne kupowanie utrudnia odczuwanie nudy i dążenie do pocucia sensu.

H3: Materializm łagodzi zarówno związek między nudą a nadmiernym kupowaniem, jak i związek między pragnieniem pocucia sensu a nadmiernym kupowaniem.

Podsumowując, wstęp rozprawy sugeruje model koncepcyjny (jak pokazano poniżej), składający się z dwóch części. W pierwszej części opisano, w jaki sposób nuda prowadzi do wzrostu zachowań związanych z nadmiernym kupowaniem. Związek ten jest wyjaśniony w taki sposób, że nuda prowadzi do osłabienia pocucia sensu i wzrostu chęci do działania, a tym działaniem jest nadmierne kupowanie. Ponadto uważa się, że zarówno efekt bezpośredni, jak i pośredni są moderowane przez materializm w tym sensie, że związek ten powinien być bardziej wyraźny wśród osób o wysokim poziomie materializmu. W drugiej części opisano, w jaki sposób nadmierne kupowanie prowadzi do zmniejszenia nudy. Zjawisko to wyjaśnia się w ten sam sposób, a mianowicie poprzez to, że na tę zależność wpływa pocucie sensu, a jej siłę moderuje materializm.



Badanie 1: Metodologiczne aspekty radzenia sobie z nudą. Przegląd systematyczny —

metoda: wyszukiwanie w bazie Scopus; przegląd sporządzono zgodnie z wytycznymi PRISMA

Wyniki wskazują na pięć głównych kategorii czynników wywołujących nudę: związane z ilością, związane z treścią, będące połączeniem ilości i treści, związane z oczekiwaniem oraz wynikające z manipulacji wielowymiarowych lub wielokrotnych. Następnie analizuje się te pięć kategorii pod kątem mocnych i słabych stron metodologicznych. Wyniki analizy wskazują, jaki rodzaj manipulacji związanej z nudą należy zastosować w kolejnych eksperymentach.

Badanie 2: Nuda prowadzi do nadmiernego kupowania. Eksperyment laboratoryjny.

Celem niniejszego badania było zweryfikowanie hipotezy H1: nuda prowadzi do nadmiernego kupowania. Manipulacja dotycząca nudy opierała się na Badaniu 1, w którym uczestnicy z grupy o wysokim poziomie nudy wykonali więcej powtórzeń tego samego nudnego zadania niż uczestnicy z grupy o niskim poziomie nudy. W ramach nagrody za udział w zajęciach uczestnicy otrzymali fałszywe banknoty, które mogli wydać w symulowanym sklepie po wykonaniu zadania.

H1: wysoki poziom nudy w porównaniu z niskim poziomem nudy pozwala przewidzieć sposób wydawania fikcyjnych banknotów (potwierdzone)

H2: na tę zależność ma wpływ wysoki/niski poziom materializmu (potwierdzono, że hipoteza H1 sprawdza się jedynie w przypadku średniego lub wysokiego poziomu materializmu)

H3: na tę zależność ma wpływ poziom cechy nudy (wysoki/niski) (niepotwierdzone)

Możliwy problem: dychotomizacja i brak trafności ekologicznej

Badanie 3: Nadmierne kupowanie zmniejsza nudę. Badanie oparte na codziennych wpisach do dziennika.

Celem niniejszego badania było zbadanie nudy, nadmiernego kupowania i materializmu w warunkach zapewniających trafność ekologiczną.

Przez dwa tygodnie uczestnicy wypełniali wieczorem kwestionariusze dotyczące zakupów dokonanych w ciągu dnia oraz aktualnego poziomu nudy.

H1: im wyższy poziom zakupów w ciągu dnia, tym niższy poziom nudy wieczorem (potwierdzone)

H2: byłoby to prawdą również po uwzględnieniu chwilowego szczęścia i smutku (potwierdzone)

H3: związek między nadmiernym kupowaniem a nudą jest moderowany przez materializm (potwierdzone)

Możliwy problem: w jaki sposób potraktowano brak zakupów; przyczyna i skutek: czy ludzie nudzą się z powodu braku możliwości robienia zakupów, czy też istnieją okoliczności prowadzące zarówno do nudy, jak i braku zakupów.

Badanie 4a: Nowatorska metoda radzenia sobie z nudą. Badanie internetowe.

Badanie pilotażowe mające na celu przetestowanie nowego protokołu dotyczącego nudy: zadanie z zegarem. Zadanie to polega na manipulacji monotonią w oparciu o wielkość.

H1: uczestnicy z grupy o wysokim poziomie nudy zgłaszałyby wyższy poziom nudy niż uczestnicy z grupy o niskim poziomie nudy (potwierdzone).

H2: uczestnicy z grupy o wysokim poziomie nudy będą zgłaszać większą chęć podjęcia ważnej aktywności niż uczestnicy z grupy o niższym poziomie nudy (potwierdzone).

Badanie 4b: Wpływ nadmiernego kupowania na nudę. Badanie internetowe.

Badanie mające na celu potwierdzenie regulacyjnej roli nadmiernego kupowania wykazanej w Badaniu 3.

Układ eksperymentalny: 2 (wysoki poziom nudy, niski poziom nudy) × 2 (osoby dokonujące zakupów vs osoby nie dokonujące zakupów). Nuda jako zmienna zależna oraz chęć angażowania się w działania, które mają znaczenie

H1a: uczestnicy z grupy o wysokim poziomie nudy zgłaszałyby niższy poziom nudy po wykonaniu zadania związanego z zakupami niż uczestnicy z grupy, która wykonywała zadanie niezwiązane z zakupami (potwierdzone)

H1b: w warunkach niskiego poziomu nudy nie byłoby praktycznie żadnych różnic (potwierdzone)

H2a i H2b: tak samo jak 1a/b, ale z chęcią angażowania się w działania mające znaczenie (niepotwierdzone)

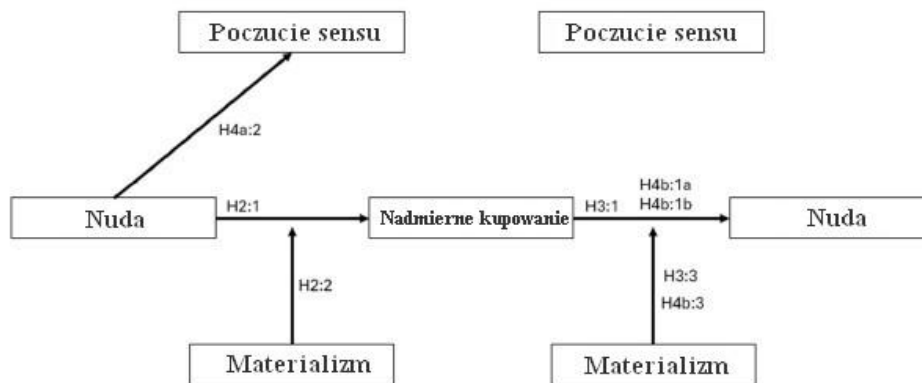
H3: Materializm jako czynnik moderujący (potwierdzone)

Możliwy problem: Te dwa zadania można postrzegać jako zadanie polegające na wyborze w porównaniu do zadania polegającego na sortowaniu. W związku z tym efekt obserwowany w sytuacji zakupów może wynikać w równym stopniu z ogólnego rozproszenia uwagi co z samego faktu robienia zakupów. Zamiast więc odzyskać poczucie sensu, uczestnicy po prostu zapomnieli, jak nudne było to zadanie.

Wnioski

Na podstawie tych czterech badań autorka wyciąga dwa główne wnioski: a) nuda prowadzi do wzrostu zachowań związanych z nadmiernym kupowaniem oraz b) nadmierne kupowanie prowadzi do zmniejszenia nudy. Ponadto wykazano, że na te dwa efekty moderujący wpływ wywiera materializm, o ile efekty te występują głównie u osób ukierunkowanych na materializm. Nie ma dowodów potwierdzających moderujący wpływ poczucia sensu. Ponadto autorka przedstawia i weryfikuje nowatorską metodę wywoływania nudy w warunkach eksperymentalnych. Już samo to stanowi bardzo interesujące odkrycie.

Przyporządkowanie popartych hipotez do domyślnego modelu teoretycznego jednoznacznie potwierdza te wnioski.



Chociaż rozprawa zawiera szereg ograniczeń — niektóre z nich zostały wspomniane, a inne nie — to moim zdaniem, kandydatka:

- przeprowadziła dogłębny przegląd odpowiedniej literatury
- wykazała się znajomością kilku różnorodnych i złożonych schematów badawczych
- przeanalizowała materiał w sposób naukowo poprawny
- przedstawiła nowatorski sposób radzenia sobie z nudą w warunkach laboratoryjnych
- wyciągnęła uzasadnione wnioski na podstawie wyników
- podsumowała i opisała wyniki w przystępny sposób

Podsumowując, stwierdzam, że rozprawa doktorska przedłożona przez panią Agatę Kocimską-Bortnowską spełnia wszystkie wymogi prawne dotyczące nadania stopnia doktora, określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. — Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. Kandydatka wykazała się wiedzą teoretyczną z zakresu psychologii oraz umiejętnością prowadzenia samodzielnych badań naukowych.

W związku z tym pozytywnie oceniam przedłożoną rozprawę i zalecam dopuszczenie pani Agaty Kocimskiej-Bortnowskiej do kolejnych etapów postępowania w kwestii nadania stopnia doktora.