

Prof. dr hab. Anna Maria Zawadzka
r. Instytut Psychologii
Uniwersytet Gdański
ul. Bażyńskiego 4
80-592 Gdańsk

Gdańsk, 31 sierpnia 2026

Recenzja rozprawy doktorskiej Agaty Kocimskiej-Bortnowskiej pt. „Nadmierne kupowanie jako zachowanie pozwalające radzić sobie z nudą: Moderująca rola materializmu”, przygotowanej pod kierunkiem prof. Agaty Gąsiorowskiej.

W swojej rozprawie doktorskiej Agata Kocimska-Bortnowska analizuje niedostatecznie dotychczas zbadane zjawisko nudy w kontekście zachowań konsumenckich — nadmiernego kupowania, materialistycznych przekonań jednostek oraz ich pragnienia angażowania się w znaczące, niepowierzchowne działania.

Rozprawa składa się z rozdziału teoretycznego, omówienia czterech badań przeprowadzonych w ramach projektu oraz dyskusji ogólnej na temat uzyskanych wyników. Część teoretyczna składa się z trzech podrozdziałów. Pierwszy z nich dotyczy zjawiska nudy. Autorka wyróżnia i omawia trzy koncepcje nudy: jako cechy indywidualnej, jako stanu psychicznego i emocjonalnego oraz jako zjawiska wynikającego z interakcji tych dwóch elementów. Następnie opisuje czynniki, które wpływają na nudę i występują z nią. Omówienie jest zwarte i treściwe. Moim zdaniem jednak w tej części warto byłoby omówić różnice między nudą a innymi stanami charakteryzującymi się niskim poziomem afektu pozytywnego, takimi jak ośpienie, senność, ospałość lub stanami o niskim poziomie afektu negatywnego, takimi jak stan spoczynku, relaks — np. model PANAS autorstwa Watsona i Tellegena, a także van Tilburg, W. A. P. i Igou, E. R. (2017). „Boredom begs to differ: Differentiation from other negative emotions.” *Emotion*, 17(2), 309–322. <https://doi.org/10.1037/emo0000233>. Biorąc pod uwagę, że przedstawione definicje dają niejednoznaczny obraz tego zjawiska, odróżnienie nudy od podobnych stanów — na przykład poprzez wyjaśnienie, czym nuda nie jest — mogłoby pomóc w jej dokładniejszym zdefiniowaniu. W dalszej części rozdziału omówiono podejścia wyjaśniające funkcje i mechanizmy leżące u podstaw nudy: samoregulację wynikającą z potrzeby zmiany stanu niekorzystnego dla jednostki i ukierunkowaną na jej cele; poczucie bezsensu; zaangażowanie uwagi towarzyszące procesom poznawczym; oraz kryzys sprawczości osobistej. W ujęciu

wyjaśniającym mechanizmy nudy poprzez doświadczenie bezsensu, pojęcie poczucia sensu (np. w pracach van Tilburga i Igou) wymaga dalszego wyjaśnienia: w jaki sposób autorka je definiuje i co ono dokładnie oznacza? Omawiając kwestię sensu, autorka używa zamiennie kilku niebędących odpowiednikami terminów: poczucie sensu, sens życia, potrzeba sensu oraz sens osobisty. Pojęcia te nie są synonimami i mogą wywodzić się z różnych teorii. Na przykład w podejściach opracowanych przez F. Martela i L. A. King, sens życia jest wielowymiarową koncepcją obejmującą co najmniej trzy wymiary. Natomiast potrzeba sensu stanowi element modelu R. Baumeistera i dotyczy rozumienia wydarzeń, otoczenia oraz relacji między nimi. Poczucie sensu wywodzi się z teorii V. Frankla i logoterapii, natomiast sens osobisty wynika z modelu Reker i Wonga, który rozróżnia sens globalny od sensu sytuacyjnego. Aby zwiększyć przejrzystość argumentacji, warto wyjaśnić i usystematyzować stosowaną terminologię oraz konsekwentnie stosować każdy termin zgodnie z jego zamierzonym znaczeniem.

W dalszej części rozdziału poświęconego nudzie autorka dokonuje przeglądu strategii radzenia sobie z nią, opisanych w literaturze. Opierając się w sposób wnikliwy i merytoryczny na wcześniejszych badaniach, autorka opisuje trzy kategorie strategii: te związane ze zmianami w zachowaniu lub sytuacji danej osoby; te dotyczące kontroli uwagi i osobistego zaangażowania; oraz te mające na celu przywrócenie bodźców i odzyskanie poczucia sensu.

W drugim podrozdziale części teoretycznej omówiono nudę w kontekście zachowań konsumentów. Autorka dokonuje przeglądu zagadnień i badań dotyczących różnych czynników motywujących do nadmiernego kupowania oraz omawia motywy zakupów impulsywnych w kontekście nadmiernej konsumpcji. Następnie autorka formułuje dwie hipotezy: pierwsza dotyczy nudy jako czynnika wywołującego nadmierne zakupy, natomiast druga zakłada, że nadmierne zakupy zmniejszają odczuwanie nudy i zwiększają pragnienie doświadczenia sensu. Dyskusja jest spójna; moim zdaniem jednak teoretyczne uzasadnienie tych hipotez zostało przedstawione w zbyt uproszczony sposób. Na przykład autorka nie wyjaśnia, co rozumie pod pojęciem „poczucia sensu”. Nie przedstawia ona również argumentów ani odniesień wskazujących na potencjalny związek między tym konstruktem a nadmiernym kupowaniem w kontekście Hipotezy 2 (str. 22–23). Ponadto, omawiając kwestię nadmiernego kupowania, zestawia ona zakupy niezbędne z tymi, które wynikają z

przesłanek psychologicznych (na przykład związanych z własną osobą), nie wyjaśnia jednak, gdzie przebiega granica między zakupami niezbędnymi a tymi dokonywanymi z innych powodów. Należy również zadać sobie pytanie, czy taką granicę da się określić obiektywnie, biorąc pod uwagę, że kultura konsumpcyjna jest napędzana przez „pustą jaźń” (zob. Cushman, 1990), podczas gdy materializm stanowi dominującą orientację życiową — czyli dążenie do sukcesu finansowego i wizerunku w celu osiągnięcia statusu społecznego, wyrażające się poprzez konsumpcję (zob. Kasser, 2002). Samo pojęcie „nadmiernego kupowania” może mieć charakter subiektywny i różnić się w zależności od osoby. Na przykład niektórzy ludzie mogą uznać dodatkowy zakup za konieczny, ponieważ uważają, że pozwoli im to zaoszczędzić pieniądze, że przedmiot ten może się przydać w przyszłości (na przykład jako prezent) lub że muszą pokazać, że ich na to stać.

W trzecim podrozdziale części teoretycznej omówiono materializm oraz jego moderującą rolę w związku między nudą a nadmiernym kupowaniem. Autorka przedstawia wybrane definicje (opierając się na przykład na pracach Richins i Dawsona, Belka oraz Ryana i Kassera) oraz czynniki związane z materializmem (w tym motywy zakupów i konsumpcji, a także postawy i zachowania związane z kupowaniem), po czym opracowuje uzasadnienie i formułuje hipotezę moderacyjną. Rozdział ten jest merytoryczny, choć ma pewne ograniczenia. Omawiając materializm, autorka łączy teoretyczne ujęcia tego zjawiska (np. Belk) z wynikami badań konsumenckich, w których materializm pełnił rolę zmiennej moderującej (np. Van Boven i Gilovich) (s. 23). Opis definicji materializmu jest nieprecyzyjny i pozbawiony systematycznej struktury. Z tekstu nie wynika jasno, że trzy główne podejścia do materializmu — Richins i Dawsona, Belka oraz Kassera i Ryana — kładą nacisk na różne aspekty definicji. Na przykład R. Belk skupia się na cechach odzwierciedlonych w ludzkim zachowaniu; M. Richins i S. Dawson kładą nacisk na przekonania dotyczące wartości dóbr materialnych w życiu; natomiast R. Ryan i T. Kasser przedstawiają materializm jako dominującą orientację na zewnętrzne cele życiowe, a mianowicie sukces finansowy, wizerunek i popularność. Autorka zauważa również, że teoria aspiracji przedstawia bardziej złożoną koncepcję materializmu niż pozostałe przytoczone podejścia, nie wyjaśnia jednak, na czym polega ta różnica. Podsumowując, pojęcia wywodzące się z przytoczonych teorii materializmu powinny zostać uporządkowane w sposób bardziej systematyczny, aby argumentacja była bardziej precyzyjna, a terminologia bardziej spójna.

W drugiej, empirycznej części rozprawy omówiono badania przeprowadzone w celu zweryfikowania postawionych hipotez. Celem pierwszego badania było dokonanie przeglądu prac naukowych dotyczących nudy, indeksowanych w bazie danych Scopus, oraz krytyczna analiza metod stosowanych w celu wywołania nudy. Korzystając z wytycznych PRISMA, autorka zidentyfikowała 83 badania (opisane w 55 artykułach), które spełniały kryteria włączenia i poddała je dalszej analizie. Następnie wyodrębniła pięć kategorii procedur wywołujących nudę, omówiła ich przydatność metodologiczną i rzetelność oraz wskazała wyzwania i zagrożenia związane z ich stosowaniem. Wnioski wyciągnięte z Badania 1 pozwoliły na wykorzystanie sprawdzonych, rzetelnych i miarodajnych sposobów wywoływania i pomiaru nudy w trzech kolejnych badaniach. W badaniach tych sprawdzono hipotezy dotyczące wpływu nudy na nadmierne kupowanie, wpływu nadmiernego kupowania na nudę oraz pragnienia podjęcia jakiejś znaczącej działalności, a także tego, czy wpływy te zależą od poziomu materializmu danej osoby. Wszystkie badania przeprowadzono z należytą starannością. Zostały one starannie opracowane i wykorzystywały różne metody zbierania danych, zarówno w formie bezpośredniej, jak i online. W każdym badaniu zadbano o zapewnienie wymaganej wielkości próby oraz odpowiedniego rozkładu płci. Materiały służące do wywoływania i pomiaru nudy zostały starannie dobrane i przygotowane; metodologia obejmowała różne sposoby wywoływania nudy (aktywne i pasywne), a także badania dziennikowe. Ocena nadmiernego kupowania została również starannie zaprojektowana i przygotowana, na przykład w formie symulacji zakupów w sklepie.

Uwzględniono potencjalne zmienne towarzyszące, w tym skłonność do nudy oraz emocje takie jak smutek i radość. Wyniki zostały przeanalizowane przy użyciu szeregu modeli statystycznych dobrze dostosowanych do stawianych pytań badawczych, w tym modeli regresji z terminami interakcji oraz modeli ścieżkowych ze zmiennymi ukrytymi. Analizy statystyczne zostały opisane w sposób jasny i wyczerpujący. Każde z tych badań uzupełnia pozostałe i rozszerza ich zakres, a ich wyniki tworzą spójną całość. Badania przyniosły istotne wyniki, wykazując dwukierunkową zależność między nadmiernym kupowaniem a nudą: nuda może prowadzić do nadmiernego kupowania, podczas gdy nadmierne kupowanie może zmniejszać odczuwanie nudy. Ponadto stwierdzono, że materializm wzmacnia te relacje, co wskazuje, że są one bardziej wyraźne wśród osób o silnych, a nie o słabych przekonaniach materialistycznych.

Podsumowując, uważam, że część empiryczna została wyjątkowo dobrze zaplanowana i

przeprowadzona. Rozprawa doktorska kończy się pogłębioną dyskusją, w której podsumowano wyniki badań, zinterpretowano je w kontekście wcześniejszych badań, wskazano ograniczenia przeprowadzonych analiz oraz wykazano ich wkład w dotychczasowe teorie i badania dotyczące nudy.

Jedną z kwestii w części empirycznej, która nadal pozostaje przedmiotem dyskusji, jest to, co faktycznie było mierzone jako poczucie sensu oraz w jaki sposób wyniki tego pomiaru zinterpretowano w odniesieniu do nadmiernego kupowania i materializmu (Badanie 4b). W modelu regresji jako czynnik prognostyczny chęci robienia czegoś znaczącego zidentyfikowano wyłącznie materializm (s. 85): „W jakim stopniu chciałbyś robić coś bardziej celowego?” oraz „W jakim stopniu chciałbyś robić coś o większym znaczeniu?” (s. 73). Wynik ten nie jest zatem wystarczająco przekonujący, by potwierdzić tezę, że materializm, poprzez swoje powiązanie z nadmiernym kupowaniem, rekompensuje brak sensu (s. 90–91). Interpretacja wyników uzyskanych w Badaniu 4 z pewnością wymaga ostrożności; w przeciwnym razie istnieje ryzyko, że zostaną one nadinterpretowane.

Chociaż w niniejszej recenzji wskazałam kilka kwestii, które warto byłoby dopracować lub rozwinąć, rozprawa doktorska ma wiele mocnych stron, które świadczą o jej wartości naukowej i wkładzie w dziedzinę psychologii.

Główne zalety rozprawy doktorskiej są następujące:

1. Koncepcja badań jest nowatorska. Chociaż dotychczas prowadzono badania korelacyjne dotyczące nudy i nadmiernego kupowania, brakowało badań dotyczących związków przyczynowo-skutkowych; niniejsza rozprawa wypełnia tę lukę.
2. Badania dostarczają nowych informacji na temat dwukierunkowego związku między nudą a nadmiernymi zachowaniami konsumpcyjnymi: wpływu nudy na nadmierne kupowanie oraz wpływu nadmiernego kupowania na zmniejszenie odczuwania nudy.
3. Badania te poszerzają wiedzę na temat materializmu w kontekście nadmiernego kupowania, wykazując, że jest on istotnym czynnikiem moderującym dwukierunkową zależność między nudą a nadmiernym kupowaniem.
4. W niniejszej rozprawie doktorskiej poszerzono wiedzę na temat metod pomiaru nudy poprzez przeprowadzenie rygorystycznego przeglądu narzędzi i procedur stosowanych w dotychczasowych badaniach.
5. W rozprawie doktorskiej przedstawiono rygorystyczne podejście metodologiczne i

statystyczne do prowadzenia badań eksperymentalnych.

6. Rozprawa stanowi cenny wkład w wiedzę na temat nudy, poszerzając zakres badań w dziedzinie psychologii konsumenta, psychologii motywacji oraz psychologii różnic indywidualnych.

W związku z tym stwierdzam, że praca doktorska Agaty Kocimskiej-Bortnowskiej w pełni spełnia wymagania stawiane pracy doktorskiej i zalecam dopuszczenie kandydatki do kolejnych etapów postępowania doktorskiego.

