

Nr 1

STYCZEŃ 2012 R.

PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA

P Ó Ł R O C Z N I K

ISSN 2084-137X



foto. www.fotolia.pl/© Argus




FUNDACJA
UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO
W KRAKOWIE

AKADEMICKIE STOWARZYSZENIE PSYCHOLOGII EKONOMICZNEJ
FUNDACJA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE

KRAKÓW, 2012





Akademickie

Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej (ASPE)

jest organizacją naukową gromadzącą badaczy z takich dziedzin, jak: psychologia ekonomiczna, ekonomia behawioralna, ekonomia eksperymentalna, finanse behawioralne, psychologia organizacji. Członkami ASPE są również praktycy: menedżerowie, analitycy finansowi, badacze rynku czy specjaliści z zakresu reklamy.

Do głównych celów ASPE należą popularyzacja zastosowań psychologii w ekonomii, a w szczególności w przedsiębiorczości, finansach, reklamie, marketingu, public relations i zarządzaniu ludźmi oraz działanie na rzecz transferu najnowszych osiągnięć psychologii ekonomicznej do gospodarki. Cele te realizowane są poprzez prowadzenie badań naukowych oraz promowanie i wspieranie inicjatyw naukowych z obszaru szeroko rozumianej psychologii ekonomicznej.

Zapraszamy do odwiedzenia strony internetowej stowarzyszenia <http://www.aspe.info.pl/>

Szanowni Czytelnicy „Psychologii Ekonomicznej”

Z ogromną radością, ale też tremą oddajemy w Państwa ręce pierwszy numer naszego pisma. Pomysł stworzenia czasopisma, w którym byłyby publikowane artykuły dotyczące różnych aspektów psychologii ekonomicznej oraz ekonomii behawioralnej, zrodził się jeszcze kilka lat temu podczas jednej z dorocznych konferencji „Psychologia ekonomiczna”. Udało nam się pokonać rozmaite przeszkody i szczęśliwie dobrnęliśmy do upragnionego celu. Bez wątpienia, pismo nie zostało by powołane do życia, gdyby nie wsparcie ze strony Profesora Jana Czeka-ja – Kierownika Katedry Rynków Finansowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Profesora Tadeusza Tyszki – pierwszego Prezesa Akademickiego Stowarzyszenia Psychologii Ekonomicznej. Za wsparcie finansowe bardzo dziękuję Prorektorowi ds. Badań Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie – Panu Profesorowi Andrzejowi Malawskiemu. Dziękuję również tym, dzięki którym ten pierwszy numer powstał: Autorom, Recenzentom, członkom Rady Programowej i członkom Redakcji.

Jeszcze kilka lat temu psychologia ekonomiczna była uznawana za dziedzinę nieco ekstrawagancką i z trudem przychodziło się jej przebijać do głównego nurtu psychologii. Podobną drogę przeszła ekonomia behawioralna. Dzisiaj w ramach obu tych dziedzin powstają setki pasjonujących badań, a gromadzone dzięki nim rezultaty przyczyniają się nie tylko do rozwoju nauki lecz również wspierają praktykę świata gospodarczego. Także w Polsce obserwujemy dynamiczny rozwój psychologii ekonomicznej i ekonomii behawioralnej. Naturalnym krokiem było zatem powołanie pisma, w którym badacze z naszego kraju mogliby prezentować wyniki swoich badań testujących różne aspekty zachowań ekonomicznych. Mamy nadzieję, że już wkrótce będziemy mogli zwiększyć częstotliwość ukazywania się „Psychologii Ekonomicznej”, która w tej chwili jest półrocznikiem. Gorąco zapraszamy Autorów zainteresowanych psychologią ekonomiczną, mikroekonomią, ekonomią behawioralną, ekonomią eksperymentalną, behawioralnymi finansami, czy neuroekonomią do publikowania na łamach „Psychologii Ekonomicznej”. Zachęcamy też wszystkich do dzielenia się z redakcją swoimi uwagami i propozycjami. Bieżące informacje na temat pisma można znaleźć na stronie internetowej Akademickiego Stowarzyszenia Psychologii Ekonomicznej: <http://www.aspe.info.pl>

TOMASZ ZALEŚKIEWICZ
Redaktor Naczelny

PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA – PÓŁROCZNIK

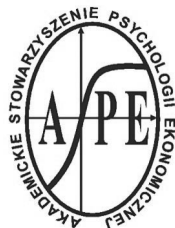
Akademickie Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej

ul. Jagiellońska 57/59, 03-301 Warszawa

Katedra Rynków Finansowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

ul. Rakowicka 27, 31-560 Kraków

www.psychologia-ekonomiczna.com.pl

**Rada programowa**

PRZEWODNICZĄCY: **prof. dr hab. Jan Czekaj**, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
prof. dr hab. Tadeusz Tyszka, Akademia Leona Koźmińskiego,
prof. dr hab. Dariusz Doliński, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej,
prof. UŚ dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, Uniwersytet Śląski,
dr hab. Aleksandra Tokarz, Uniwersytet Jagielloński,
prof. UEP dr hab. Adam Szyszka, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
prof. SGGW dr hab. Piotr Zielonka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego.

Redakcja

REDAKTOR NACZELNY: **prof. SWPS dr hab. Tomasz Zaleskiewicz**,
 Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej

Z-CA REDAKTORA NACZELNEGO

SEKRETARZ REDAKCJI: **dr Elżbieta Kubińska**, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
 e-mail: kubinska@uek.krakow.pl,

dr inż. Agata Gąsiorowska, Politechnika Wrocławska,
dr Michał Grotowski, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
dr Tomasz Koczewski, Uniwersytet Warszawski,
dr Jarosław Plichta, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
prof. UG dr hab. Anna Maria Zawadzka, Uniwersytet Gdański.

Wydawca:

FUNDACJA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE

ul. Rakowicka 27, 31-560 Kraków

Tel +48 (12) 294 7463



SPISTREŚCI

Artykuły:

6

AGATA GAŚSIOROWSKA

Czy dla każdego większa ilość pieniędzy oznacza lepszą sytuację finansową?

Postawy wobec pieniędzy a spostrzeganie własnego dochodu.

20

OLEG GORBANIUK, DAWID GONERSKI

Atrybucja przyczyn sukcesów przedsiębiorstw przez otoczenie zewnętrzne

40

ELŻBIETA KUBIŃSKA, ŁUKASZ MARKIEWICZ

Strategie prognostyczne a preferencja ryzyka u inwestorów giełdowych

58

ŁUKASZ JACH

Poczucie dobrostanu psychicznego studentów w kontekście posiadanych zasobów finansowych i społecznych

Recenzje:

77

ANNA MARIA ZAWADZKA

Recenzja książki „Decyzje” Prof. dr hab. Tadeusza Tyszki

Wydarzenia:

81

MAŁGORZATA GÓRNIK-DUROSE

W poszukiwaniu jedności w różnorodności – XXXIV Zjazd Naukowy Polskiego Towarzystwa Psychologicznego

Badania:

87

Projekty badawcze realizowane obecnie w Centrum Badań nad Zachowaniami Ekonomicznymi (*Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu*)

Is more money always equal to higher financial comfort? Money attitudes and income perception

Abstract

The aim of this paper is to examine the influence of money attitude on the perception of own financial standing. The typological approach to attitudes towards money was used, thus it concentrates on two instrumental (*reflective managers and detached hedonists*) and two symbolic attitudes (*anxious admirers and money repellers*). People presenting various money attitudes differs in terms of their perception of wealth, and in each group the relation between income and the perception of one's financial standing is of different character.

Keywords: *money attitudes, financial comfort, wealth, money*

AGATA GAŚSIOROWSKA

Instytut Organizacji i Zarządzania Politechniki
Wrocławskiej

agata.gasiorowska@pwr.wroc.pl

1

Czy dla każdego większa ilość pieniędzy oznacza lepszą sytuację finansową? Postawy wobec pieniędzy a spostrzeganie własnego dochodu.

Streszczenie

Celem niniejszej pracy jest wykazanie, w jaki sposób postawa wobec pieniędzy wpływa na spostrzeganie swojej sytuacji finansowej. W badaniu użyto typologicznego podejścia do nastawienia wobec własnych finansów, prowadzącego je do dwóch postaw instrumentalnych (*refleksyjnych zarządców i niezaangażowanych hedonistów*) i dwóch postaw symbolicznych (*niespokojnych wielbicieli i negujących znaczenie*). Wykazano, że osoby o odmiennych postawach wobec pieniędzy różnią się poziomem oceny własnej sytuacji finansowej przy kontrolowaniu dochodu, ale jednocześnie w każdej grupie zależność pomiędzy uzyskiwanym dochodem a oceną swojej sytuacji finansowej ma odmienny charakter.

Praca naukowa finansowana ze środków budżetowych na naukę w latach 2011–2012 jako projekt badawczy nr N N106 289 039

Słowa kluczowe: *postawy wobec pieniędzy, dobrobyt, pieniądze*

1. Wprowadzenie

1.1. Znaczenie i funkcje pieniędzy

Pieniądze to jeden z chyba najbardziej wieloznacznych problemów i jednocześnie nośnych tematów, jakie funkcjonują we współczesnym świecie. Z jednej strony są dobrze znane i na wiele sposobów bliskie ludziom. Z drugiej strony, trudno je dokładnie zdefiniować, wywołują one skrajne emocje, od miłości do nienawiści, często też traktuje się je jako *tabu*.

Pieniądze we współczesnym świecie spełniają nie tylko funkcję środka wymiany, jak zakładają to ekonomiści, bowiem dla wielu osób ich wartość psychologiczna czy emocjonalna znacznie przekracza wartość ekonomiczną. Ludzie przypisują pieniądзом moc środka do zdobywania akceptacji społecznej, prestiżu, bezpieczeństwa, wolności, miłości czy satysfakcji osobistej (Hanley, Wilhelm 1992). Pieniądze mają więc dla nich wymiar symboliczny i społeczny przez swój wpływ na ludzką motywację, dobrostan i stosunki z innymi ludźmi (Lau 1998).

Pieniądze nie są konstruktem uniwersalnym i jednorodnym, jak przyjmują ekonomiści i klasyczni socjologowie, ale posiadają wiele znaczeń i odmiennie spostrzeganych rodzajów czy form, co akcentuje się w ramach podejścia behawioralnego. Co więcej, ludzie mają złożone postawy wobec pieniędzy i różne sposoby zajmowania się nimi. Jedna grupa rozsądnie nimi zarządza, inna spontanicznie wydaje i osiąga znacznie bardziej złożone cele, niż tylko dokonanie zakupu – na przykład osiągnięcie odpowiedniego statusu społecznego, zapewnienie sobie poczucia bezpieczeństwa (Wąsowicz-Kiryło 2001). Wszystkie te aspekty powodują, że ludzie nie zachowują się w stosunku do pieniędzy tak, jak zakładają to teorie ekonomiczne (por. Begg, Fisher i Dornbuch 2003), ale popełniają różnego rodzaju odchylenia od racjonalności (Furnham, Argyle 1998).

Przedmiotem niniejszego artykułu jest jedno z takich zjawisk, a mianowicie ocena własnego dobrobytu, rozumianego jako subiektywna ocena własnej sytuacji finansowej. W szczególności wykazane zostanie, jak kształtuje się taka ocena u osób prezentujących różne postawy wobec pieniędzy.

1.2. Dobrobyt w ujęciu obiektywnym i subiektywnym

Wyniki badań analizujących związki między obiektywnymi wskaźnikami dobrobytu, takimi jak wysokość dochodu, wartość majątku czy poziom zadłużenia, a satysfakcją z tychże (por. np. Wilhelm, Varcoe i Huebner Fridrich 1993) wskazują, że jakkolwiek zależność pomiędzy analizowanymi zmiennymi istnieje, to nie jest ona zbyt silna. Przykładowo, dane z Diagnozy Społecznej (Czapiński i Panek 2007, 2009) wskazują, że korelacja pomiędzy wysokością dochodu a zadowoleniem z niego nie przekracza 0.4. Warto także zwrócić uwagę na fakt, że między 2005 a 2007 rokiem odsetek Polaków obiektywnie doświadczających biedy zmalał o 3,2%, podczas gdy w tym samym czasie odsetek osób spostrzegających siebie jako biednych wzrósł o 8,75% (Czapiński, Panek 2007). Pozorną niespójność w prezentowanych danych można tłumaczyć oddziaływaniem czynników psychologicznych, które zasadniczo wpływają na spostrzeganie posiadanych przez siebie pieniędzy. Bardziej szczegółowo rzecz ujmując, chodzi tu o wpływ na zależność pomiędzy obiektywnymi wskaźnikami dobrobytu jednostki i jego subiektywnym odczuwaniem.

Jedną z teorii opisujących zadowolenie z poszczególnych aspektów życia jest model względnych standardów, zgodnie z którym ludzie oceniają swój sukces w poszczególnych obszarach, odwołując się do standardów, takich jak porównania społeczne, pragnienia czy porównania z własną przeszłością (Solberg, Diener, Wirtz, Lucas i Oishi 2002). W przypadku subiektywnej

oceny dochodu, takim standardem są pragnienia materialne jednostki, czyli rozbieżność między tym, co jednostka ma, a tym, co chciałaby mieć. W sytuacji, gdy pragnienia są spełnione (a więc rozbieżność jest niewielka), jednostka jest bardziej zadowolona ze swojego dochodu (Solberg i in. 2002). Wielkość wspomnianej rozbieżności może być związana z nasileniem materializmu (Richins 1994; Richins i Dawson 1992), który z kolei jest związany z postawami wobec pieniędzy (Shafer 2000; Gąsiorowska 2008, Gąsiorowska 2010). Co więcej, wydaje się, że postawy wobec pieniędzy powinny być silniej związane z dochodem czy satysfakcją z osobistych finansów niż materializm, który odnosi się do posiadanych rzeczy.

Zarówno analizy prowadzone za granicą (np. Tang 1995; Tang, Luna-Arocas, Sutarso i Tang 2004; Tang i Chiu 2003; Tang, Tang i Homaifar 2006, Wilhelm, Varcoe i Huebner Fridrich 1993), jak i badania na gruncie polskim (Gąsiorowska 2010, Wąsowicz-Kiryło 2008) wykazały, że kluczowe są dwa aspekty, czy też wymiary postaw wobec pieniędzy. Po pierwsze, osoby charakteryzujące się wysokim poziomem *planowania wydatków* czy też *kontroli finansowej* są bardziej zadowolone ze swojego wynagrodzenia niż osoby o niskich wynikach na tych skalach (Tang i in. 2004, Wąsowicz-Kiryło 2008) lub też oceniają tenże dochód bardziej trafnie, co przekłada się na silniejsze korelacje pomiędzy wskaźnikami obiektywnymi i subiektywnymi (Gąsiorowska 2010). Po drugie, osoby pragnące pieniędzy, uważające je za ważne i jednocześnie osoby nie doświadczające poczucia winy w sytuacji wydawania pieniędzy są bardziej zadowolone ze swojego dochodu (Luna-Arocas, Tang 2004, Wilhelm, Varcoe i Huebner Fridrich 1993), podczas gdy odczuwanie *poczucia winy związanego z pieniędzmi* (Wąsowicz-Kiryło 2008) czy też *niepokoju finansowego* (Gąsiorowska 2010) zmniejsza to zadowolenie, stanowiąc mediator zależności pomiędzy dochodem i jego subiektywną oceną.

Warto jednak zauważyć, że analizy te skupiały się na traktowaniu postaw wobec pieniędzy jako stosunkowo niezależnych od siebie wymiarów.

1.3. Postawy wobec pieniędzy

W ramach psychologii ekonomicznej podejmowano liczne próby, które miały na celu wskazanie sposobów pomiaru postaw wobec pieniędzy oraz innych subiektywnych konstruktywów związanych z pieniędzmi. Najbardziej rozpowszechnione metody do badania postaw wobec pieniędzy to skala *Money Attitude Scale* Yamauchi i Templea (1982), skala *Money Beliefs and Behaviour Scale* Furnhama (1984) i skala *Money Ethic Scale* Tanga (1992), funkcjonująca ostatnio jako *Love of Money Scale* (Tang 2007; Tang i Chiu 2003; Luna-Arocas i Tang 2004), a także narzędzia skonstruowane w warunkach polskich – skala *Ja i pieniądze* autorstwa Grażyny Wąsowicz-Kiryło (2008) oraz będąca przedmiotem niniejszej pracy *Skala Postaw wobec Pieniędzy – SPP* (Gąsiorowska 2008, Gąsiorowska 2011).

Poważnym problemem, z jakim można spotkać się analizując badania nad postawami wobec pieniądza, jest sprowadzanie pojęcia postawy tylko do poszczególnych wymiarów tejże. Niektórzy badacze w swoich wczesnych pracach (a inni także we współczesnych) posługują się wynikami ze swoich kwestionariuszy dotyczącymi poszczególnych wymiarów tak, jakby tworzyły one niezależne od siebie konstrukty, które muszą być rozpatrywane oddzielnie. Podejście takie wydaje się o tyle nieprawidłowe, że każda postawa, a więc także postawa wobec pieniędzy, musi być rozpatrywana w kontekście wszystkich jej komponentów, czy też wymiarów. Z tego powodu, bardziej odpowiednio wydaje się podejście oparte na typach rozpiętych na tych wymiarach, czy też, innymi słowy, podejście profilowe do postaw wobec pieniędzy. Niestety, prac mieszczących się w takim paradygmacie jest naprawdę niewiele. Są to przede wszystkim teoretyczne

analizy psychodynamiczne poparte co najwyżej umiarkowaną weryfikacją empiryczną (Furnham 1996; Furnham, Okamura 1999), kilka kwestionariuszy o charakterze raczej psychozabaw niż narzędzi psychometrycznych (opis w: Wąsowicz-Kiryło 2008, s.106-108), prace Doyle'a łączące tradycję psychometryczną i psychodynamiczną (Doyle 1999; Youn, Doyle 1999), kilka segmentacji o charakterze marketingowym (np. Maison 2008; Wąsowicz-Kiryło 2008) oraz analizy profilowe prowadzone przez Tanga i jego współpracowników (Luna-Arocas, Tang 2004; Tang, Tang, Luna-Arocas 2005; Tang, Tillery, Lazarewski, Luna-Arocas 2004). Jeszcze mniej jest wyników badań, które pokazują różnice między poszczególnymi profilami postaw wobec pieniędzy w odniesieniu do zmiennych psychologicznych. Tutaj w zasadzie można odwołać się tylko do cytowanych powyżej badań Tanga i współpracowników. Z tego powodu w niniejszym badaniu analiza zostanie oparta przede wszystkim na typach (profilach) postaw wobec pieniędzy, wyróżnionych na podstawie wyników uzyskiwanych w skali SPP (Gąsiorowska 2008).

Typy postaw wobec pieniędzy można dalej podzielić na typy tzw. symboliczne, czyli przypisujące pieniądзом emocjonalne znaczenie (pozytywne, bądź negatywne) oraz typy instrumentalne, które traktują pieniądź zgodnie z jego ekonomicznymi funkcjami i nie przypisują mu żadnych wyjątkowych, emocjonalnych konotacji. Taki podział zgodny jest między innymi z założeniami proponowanymi przez Belka i Wollendorf (1990), którzy umiejscawiają pieniądze w sferze sacrum i profanum oraz z teorią narzędzia i narkotyku Lea i Webley'a (2006).

Pieniądź jako narzędzie pochodzące ze sfery profanum są neutralnym instrumentem, traktowanym przez ludzi zgodnie z ekonomicznymi założeniami o uniwersalności, nieograniczonej wymienności i nieoznaczoności finansów. Z kolei pieniądze jako narkotyk, tudzież obiekt ze sfery sacrum, spełniają funkcje inne niż eko-

nomiczne i przez to przyjmują cechy przede wszystkim emocjonalne i symboliczne. Zgodnie z wynikami uzyskiwanymi w badaniach skalą SPP, do sfery typów symbolicznych zaliczają się *niespokojni wielbicieli* i *negujący znaczenie* pieniędzy, natomiast w sferę typów instrumentalnych wchodzi *refleksyjni zarządcy* i *niezadowoleni hedoniści*.

Niespokojni wielbicieli pieniędzy to osoby w dużym stopniu przekonane o tym, że pieniądze dają władzę, ale jednocześnie są to jednostki odczuwające wysoki niepokój w sytuacjach z nimi związanych. Obawiają się, że może im zabraknąć środków gwarantujących godne życie, sprawowanie kontroli nad innymi lub też zapewniających szacunek innych. Osoby takie odczuwają silną awersję do zobowiązań finansowych, ponieważ nie chcą być zależne w tak ważnej dla nich kwestii, jaką są pieniądze. Są skłonne podejmować różnego rodzaju działania, aby móc zarobić czy pozyskać środki finansowe w inny sposób, a ich sposób zarządzania pieniędzmi jest dość rozważny i ostrożny, oparty na długofalowym planowaniu, kontroli i budżetowaniu. Ludzie tego typu raczej posługują się gotówką niż pozagotówkowymi formami pieniądza prawdopodobnie dlatego, że lubią mieć z nim bezpośredni kontakt. W niewielkim stopniu także uważają pieniądze za złe. Można powiedzieć, że *niespokojni wielbicieli* pieniędzy to ludzie, którzy wykorzystują pieniądze jako narzędzie nacisku i wpływu i są przekonani, że świetnie nadają się one do realizowania tego celu, a jednocześnie obawiają się, że kiedyś może im zabraknąć środków na kontrolowanie innych (Gąsiorowska 2008).

Osoby *negujące znaczenie* pieniędzy charakteryzują się przekonaniem, że pieniądze są źródłem zła. Preferują posługiwanie się gotówką, przy czym poziom pozostałych składników postawy wobec pieniędzy jest niski lub przeciętny. Osoby takie raczej wycofują się z wszelkich sytuacji związanych z pieniędzmi,

co wynika ze wspomnianej wyżej ich negatywnej opinii, ale także prawdopodobnie z powodu niskiej wiedzy finansowej, która powoduje wykluczenie ekonomiczne. *Negujący znaczenie* pieniędzy mają natomiast małą awersję do zaciągania zobowiązań finansowych. Prawdopodobnie negatywnie oceniają oni pieniądze należące do innych ludzi, ale nie do nich samych, lub też uważają, że skoro pieniądze nie stanowią żadnej wartości w życiu, to nie trzeba być sumiennym w sprawach finansowych i można zaciągać zobowiązania bez konieczności ich spłacania (Gąsiorowska 2008).

Cechy charakterystyczne *refleksyjnych zarządców* to wysoki poziom kontroli finansowej i awersji do zobowiązań finansowych, oraz najmniejsza preferencja dla gotówkowych form pieniądza przy umiarkowanym poziomie pozostałych składowych postawy wobec pieniędzy. Można wnioskować, że są to osoby podchodzące do pieniądza w sposób racjonalny i ekonomiczny, raczej instrumentalny niż emocjonalny, skupiające się na efektywnym zarządzaniu swoimi zasobami, a nie na wywieraniu wpływu na innych ludzi za ich pomocą. Pieniądze są dla tych osób jedynie narzędziem, instrumentem do realizowania swoich celów, którego nie ocenia się w kategoriach wartościujących i afektywnych (Gąsiorowska 2008).

Niezaangażowani hedoniści to osoby, które w niewielkim stopniu przejmują się pieniędzmi. Z jednej strony, nie oceniają oni pieniędzy w kategoriach emocjonalnych, pieniądz nie świadczy dla nich o sukcesie, nie jest podstawą do porównań społecznych, ale nie stanowi także obiektu ocenianego negatywnie. Z drugiej strony, osoby te w stosunkowo dużym stopniu posługują się pozagotówkowymi formami pieniądza, takimi jak karty płatnicze czy kredytowe, nie mają awersji do zaciągania zobowiązań finansowych, i niezbyt dokładnie planują i kontrolują swoje finanse. Taki układ wyników może świadczyć o instrumentalnym, ale jednocześnie dość nie-

frasobliwym i hedonistycznym podejściu niezaangażowanych do posługiwania się pieniędzmi. Są to bowiem osoby, które uznają, że pieniądze same w sobie szczęścia nie dają, nie upatrują w pieniądzach celu życiowego. Zasoby finansowe są przez nie traktowane raczej jako środek do realizacji innych celów. Z tego powodu *niezaangażowani hedoniści* są nastawieni na wydawanie dla własnej przyjemności, a nie na efektywne zarządzanie pieniędzmi (Gąsiorowska 2008). Innymi słowy, to osoby, które nie przywiązują większej wagi do pieniądza jako takiego, traktując go dość instrumentalnie, jako środek wymiany, ale i dość swobodnie, na zasadzie „łatwo przyszło – łatwo poszło”, z chęcią zamieniając pieniądze na produkty czy usługi, które dają im hedonistyczną przyjemność (Gąsiorowska, 2008).

Warto zwrócić uwagę, że osoby przypisujące pieniądзом kontekst emocjonalny charakteryzują się wyższym poziomem niepokoju finansowego, a także neurotyzmu niż osoby sprowadzające pieniądze do ich ekonomicznych funkcji (Gąsiorowska 2008), co sprzyja negatywnej ocenie rzeczywistości przez tych pierwszych (Siuta 2006), w tym prawdopodobnie także ocenie własnych zarobków. Dodatkowo, osoby emocjonalnie konotujące pieniądze w sposób pozytywny (*niespokojni wielbiciele*) charakteryzują się także najwyższym ze wszystkich czterech profili poziomem materializmu (Gąsiorowska 2008). Na tej podstawie stwierdzić można, że prawdopodobnie u osób takich występuje największa rozbieżność pomiędzy oczekiwanym i faktycznym stanem posiadania (por. Solberg i in. 2002), co generuje niskie zadowolenie i niski subiektywny dobrobyt. Tym samym, pierwsza hipoteza badawcza brzmi następująco:

H1. Osoby prezentujące postawę symboliczną, w szczególności polegającą na przykładaniu dużej wagi do pieniędzy, będą charakteryzować się względnie niższym zadowoleniem ze swojej sytuacji finansowej niż osoby prezentujące postawę instrumentalną.

Dodatkowo, ponieważ osoby refleksyjnie zarządzające swoimi pieniędzmi charakteryzują się dość dużą nad nimi kontrolą, zarówno w zakresie planowania wydatków, oszczędzania, jak i świadomości, jakie dokładnie są ich zasoby finansowe w danym momencie, druga hipoteza badawcza została sformułowana w poniższy sposób:

H2. U osób prezentujących skrupulatną postawę instrumentalną (refleksyjni zarządcy) związek między uzyskiwanym dochodem i oceną własnej sytuacji finansowej będzie silniejszy, niż u osób prezentujących pozostale postawy.

Tym samym u refleksyjnych zarządców należy oczekiwać silniejszych związków pomiędzy subiektywnym i obiektywnym wskaźnikiem dobrobytu niż u osób prezentujących postawy symboliczne oraz nie przywiązujących wagi do pieniędzy.

2. Metoda

2.1. Mierzone zmienne

Postawy wobec pieniędzy mierzone były kwestionariuszem SPP 2008 (Gąsiorowska 2008), składającym się z siedmiu skali – wymiarów postaw wobec pieniędzy: 1) kontrola finansowa (KF), 2) władza płynąca z pieniędzy (WP), 3) niepokój finansowy (NF), 4) awersja do zobowiązań (AW), 5) łapanie okazji (ŁO), 6) pieniądze jako źródło zła (ZZ), 7) preferowanie gotówki (PG). Aby zminimalizować niechęć i obawy przed udzielaniem informacji o uzyskiwanym dochodzie, badane osoby podawały swój przeciętny miesięczny dochód netto, wybierając jeden z siedmiu przedziałów dochodu (od 0 do 1000 zł, od 1001 do 2000 zł, od 2001 do 3000 zł, od 3001 do 4000 zł, od 4001 do 5000 zł, od 5001 do 6000 zł i powyżej 6000 zł, do obliczeń wykorzystywano dochód zaokrąglony w górę do pełnych

tysięcy, a w przypadku ostatniego przedziału – do 7 tys. zł.), miały także możliwość odmowy odpowiedzi. Ocena własnej sytuacji finansowej była dokonywana na pięciostopniowej skali (1 – bardzo zła, 5 – bardzo dobra).

2.2. Osoby badane

Badanie zostało przeprowadzone na grupie $N = 700$ osób z wykorzystaniem systemu CAWI. Do analizy wykorzystano dane $N = 496$ osób (w tym 61.6% kobiet), które podały informacje o miesięcznym dochodzie netto. Średnia wieku w ostatecznej próbie do analizy wynosiła $M = 34.12$ lat przy odchyleniu standardowym $SD = 9.976$ lat. Większość badanych osób (90.7%) pracowała jako pracownicy najemni na różnych szczeblach organizacji, zatrudnieni na podstawie umowy o pracę, reszta prowadziła własne firmy różnej wielkości. Nie zaobserwowano istotnych różnic w postawach wobec pieniędzy między osobami, które podały i odmówiły podania informacji o uzyskiwanym dochodzie.

3. Wyniki

W pierwszej kolejności przeprowadzono analizę skupień metodą k-średnich na standaryzowanych wynikach ze skali postaw wobec pieniędzy, która pozwoliła na przyporządkowanie osób badanych do jednego z czterech typów postaw wobec pieniędzy. Grupa niespokojnych wielbicieli pieniędzy liczyła $N = 118$ osób, grupa negujących znaczenie $N = 106$ osób, grupa refleksyjnych zarządców – $N = 142$ osoby, a grupa niezaangażowanych hedonistów – $N = 130$ osób. Wykresy uzyskanych profili w odniesieniu do wymiarów postaw wobec pieniędzy przedstawiono na rysunku 1.

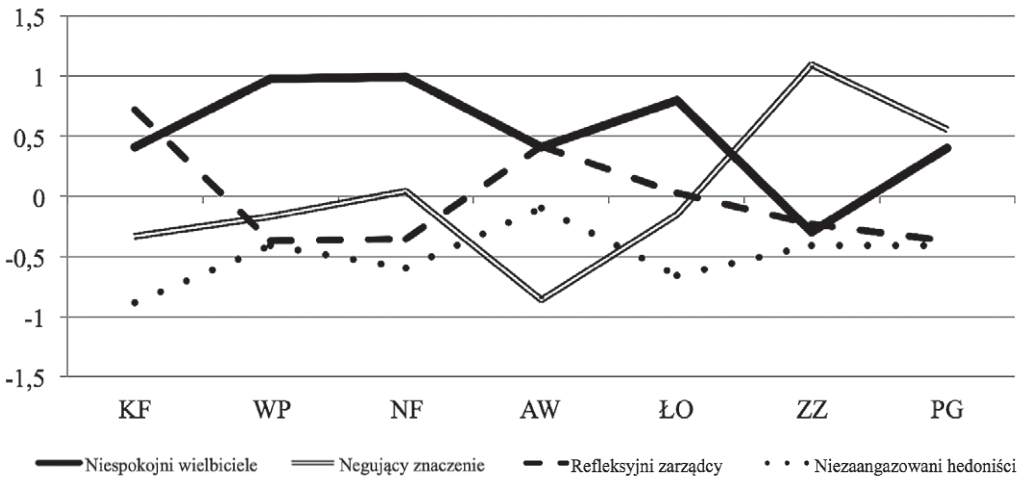
Aby zweryfikować pierwszą hipotezę badawczą, przeprowadzono analizę wariancji ANOVA z oceną sytuacji jako zmienną zależną i typem postaw wobec pieniędzy jako zmienną niezależną.

leżną, która wykazała zakładany efekt główny zmiennej niezależnej, $F(3, 492) = 7.763$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.045$. W analizie post-hoc testem Gamesa-Howella uzyskano istotne różnice pomiędzy typami instrumentalnymi a typami symbolicznymi, natomiast brak istotnych różnic pomiędzy *niespokojnymi wielbicielami* a *refleksyjnymi zarządcami* oraz pomiędzy *niezaangażowanymi hedonistami* a osobami *negującymi znaczenie* pieniędzy. Analiza ANOVA z dochodem netto jako zmienną zależną i po-

stawą wobec pieniędzy jako zmienną niezależną także wykazała istotny efekt główny zmiennej niezależnej, $F(3, 492) = 10.173$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.058$, przy podobnym wzorcu różnic w teście Gamesa-Howella (por. tabela 1).

Aby mieć pewność, że różnice pomiędzy typami postaw wobec pieniędzy w zakresie oceny własnej sytuacji finansowej nie wynikają z różnic w dochodzie uzyskiwanym przez osoby je reprezentujące, w drugim kroku przeprowadzono analizę wariancji ANCOVA z dochodem jako

Rysunek 1. Profile postaw wobec pieniędzy



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 1. Średni dochód i ocena własnej sytuacji finansowej w zależności od postaw wobec pieniędzy (w nawiasach odchylenia standardowe). Średnie oznaczone jednakowymi literami nie różnią się na poziomie istotności $p=0.05$

Zmienna	Postawy symboliczne		Postawy instrumentalne	
	Niespokojni wielbiele	Niezaangażowani hedoniści	Refleksyjni zarządcy	Negujący znaczenie
Ocena sytuacji finansowej	3,080 (a) (0,753)	3,120 (a) (0,777)	3,420 (b) (0,747)	3,43 (b) (0,757)
Dochód	2 601,7zł (c) (1365,88)	2745,3zł (c) (1518,53)	3309,9 zł (d) (1642,45)	3546,2 zł (d) (1606,56)

Źródło: opracowanie własne.

zmienną współzależną. Podobnie jak poprzednio, uzyskano istotny, choć słabszy, efekt postaw wobec pieniędzy przy kontroli dochodu, $F(3, 491) = 2.665$, $p = 0.048$, $\eta^2 = 0.016$. W kolejnym kroku uwidoczniło się, że osoby prezentujące postawy symboliczne względnie gorzej oceniają własną sytuację finansową niż osoby prezentujące postawy instrumentalne. Tym samym, hipoteza H1 została częściowo potwierdzona: faktycznie osoby prezentujące postawę symboliczną charakteryzują się względnie niższym zadowoleniem ze swojej sytuacji finansowej niż osoby prezentujące postawę instrumentalną. Nie można jednak stwierdzić, że osoby które przypisują pieniądзом pozytywne znaczenie, spostrzegają swoją sytuację finansową jako najgorszą ze wszystkich profili postaw wobec pieniędzy.

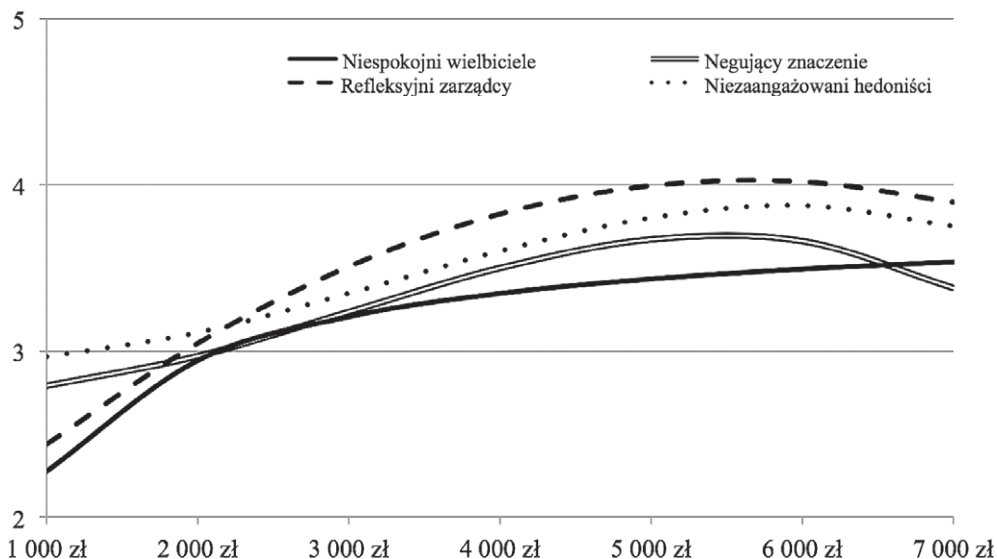
Aby zweryfikować drugą hipotezę przeprowadzono szereg analiz regresji mających na celu odnalezienie zależności krzywoliniowej, która najlepiej będzie opisywała relację pomiędzy uzyskiwanym dochodem wyrażonym w tysiącach złotych a oceną sytuacji finansowej jednostki

w grupach wyróżnionych ze względu na postawy wobec pieniędzy.

W grupie *niepokojnych wielbicieli* pieniędzy najlepiej dopasowany do danych okazał się model krzywej S, $F(1, 116) = 26.275$, $p < 0.001$, $R^2 = 0.185$, który wyraża się wzorem $Y = \exp(1.336 - 0.514/X)$. W grupie osób *negujących znaczenie* pieniędzy najlepiej dopasowany do danych okazał się model sześcienny, $F(3, 102) = 4,641$, $p = 0,004$, $R^2 = 0.12$, wyrażony wzorem $Y = 2,79 - 0,119 * X + 0,134 * X^2 - 0,015 * X^3$. U osób *refleksywnie zarządzających* pieniędzmi, krzywa najlepiej opisująca zależność między dochodem i jego oceną to krzywa kwadratowa, $F(2, 139) = 4.641$, $p < 0.001$, $R^2 = 0.388$, wyrażona wzorem $Y = 1.683 + 0.827 * X - 0.073 * X^2$. W ostatniej grupie, wśród *niezaangażowanych hedonistów*, najlepiej dopasowany do danych okazał się model sześcienny, $F(3, 126) = 2.98$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,159$, wyrażony wzorem $Y = 2,98 - 0,112 * X + 0,1117 * X^2 - 0,012 * X^3$.

Wszystkie cztery modele zaprezentowano na rysunku 2.

Rys. 2. Zależność między dochodem netto i subiektywną oceną własnej sytuacji finansowej w rozbiciu na typy postaw wobec pieniędzy



Na podstawie porównania wartości współczynników determinacji zauważyć można, że *refleksyjni zarządcy pieniędzy* w największym stopniu opierają ocenę swojej sytuacji finansowej na rzeczywistych danych o wysokości dochodu, co potwierdza hipotezę H2. W ich przypadku procent wariancji zmiennej *ocena własnych finansów*, jaki udało się wyjaśnić za pomocą modelu regresji, jest ponad dwa razy większy niż w przypadku *niezaangażowanych hedonistów* i *niespokojnych wielbicieli*, i ponad trzy razy większy niż u osób *negujących znaczenie* pieniędzy.

Ważnym wynikiem jest nie tylko zróżnicowane dopasowanie krzywych regresji do danych, ale także kształt zależności pomiędzy własnym dochodem i oceną sytuacji finansowej. W grupie *niespokojnych wielbicieli* pieniędzy pozytywna ocena własnej sytuacji finansowej rośnie wraz ze wzrostem dochodu od 1000 do 3000zł. W przypadku wyższych progów finansowych zmiana jest minimalna, jednak krzywa zależności jest w całym przebiegu monotoniczna.

W przypadku *negujących znaczenie* pieniędzy, jak już wspomniano, zaobserwowano najsłabszy związek między dochodem i oceną własnej sytuacji finansowej. Osoby te stosunkowo dobrze oceniają swoją sytuację wtedy, kiedy zarabiają mało pieniędzy. Ich zadowolenie wzrasta wraz ze wzrostem dochodu, ale tylko do ok. 5000 zł. Powyżej tej kwoty osoby *negujące znaczenie* pieniędzy oceniają swoją sytuację jako gorszą, niż osoby zarabiające mniej. Co ciekawe, ocena ta jest najniższa spośród czterech analizowanych profili.

Jak wspomniano wcześniej, w grupie *refleksyjnych zarządców* zależność między obiektywnym i subiektywnym wskaźnikiem dobrobytu jest najsilniejsza ze wszystkich profili. Przy niskim dochodzie, osoby takie oceniają swoją sytuację finansową podobnie jak *niespokojni wielbiciele* pieniędzy, jednak po przekroczeniu dochodu rzędu 3 tysiące złotych ich poczucie dobrobytu dalej rośnie, by osiągnąć maksimum przy kwotach

rzędu 5-6 tysięcy złotych. Powyżej tego poziomu, ocena własnej sytuacji finansowej nieco się pogarsza, jednak i tak pozostaje najlepsza spośród wszystkich analizowanych profili.

Kształt krzywej zależności u *niezaangażowanych hedonistów* jest podobny do tego uzyskanego w grupie *negujących znaczenie* pieniędzy, jednakże przesunięty w stronę pozytywnej oceny. W przypadku niskich dochodów, przynależący do tej grupy spostrzegają swoją sytuację finansową zdecydowanie najlepiej spośród przedstawicieli wszystkich profili. Wraz ze wzrostem dochodów ich ocena sytuacji finansowej się polepsza, ale przyrost ten nie jest tak silny jak u *refleksyjnych zarządców*. Wysokie dochody przekładają się jednak u nich na lepszą ocenę sytuacji finansowej, niż u osób prezentujących symboliczne postawy wobec pieniędzy.

4. Dyskusja

Celem niniejszego badania była analiza wpływu postaw wobec pieniędzy na zależność pomiędzy poziomem dochodu i subiektywną oceną własnej sytuacji finansowej. Uzyskane wyniki potwierdzają przede wszystkim założenie, że subiektywny dobrostan ekonomiczny zależy nie tylko od jego obiektywnych wskaźników, czyli w tym przypadku wysokości dochodu, lecz także od prezentowanych przez jednostkę postaw wobec pieniędzy. Istotne, że osoby reprezentujące różne postawy w odmienny sposób przekładają informacje obiektywne o swoim dochodzie na subiektywne oceny.

Osoby traktujące pieniądze w kategoriach instrumentalnych, ekonomicznych lepiej oceniają stan swoich finansów, niż osoby o postawach symbolicznych, nie tylko dlatego, że faktycznie więcej zarabiają, ale także ze względu na swoje charakterystyki psychologiczne. Wydaje się, że kluczowe znaczenie ma tutaj poziom odczuwanego niepokoju finansowego oraz neurotyzmu jako cechy – jest on wyższy u osób prezentują-

cych symboliczne postawy wobec pieniędzy, niższy u osób prezentujących postawy instrumentalne (por. Gąsiorowska, 2008). Wysoki poziom neurotyzmu sprzyja negatywnej ocenie rzeczywistości (Siuta 2006), w tym prawdopodobnie także ocenie własnych zarobków. Niepokój finansowy może z kolei mieć dwojakie znaczenie w spostrzeganiu własnej sytuacji finansowej. Z jednej strony, wymiar ten jest mediatorem zależności pomiędzy obiektywnymi i subiektywnymi wskaźnikami dobrobytu (Gąsiorowska, 2010): niski dochód zwiększa poczucie niepokoju finansowego, które następnie pogarsza subiektywną ocenę własnego dobrobytu. Z drugiej strony, niepokój finansowy koreluje z reaktywnością emocjonalną, perseweratywnością i wspomnianym już neurotyzmem (Gąsiorowska, 2008), a tym samym może być traktowany jako przejaw tych cech w odniesieniu do sfery pieniężnej.

Analizy dotyczące siły związku pomiędzy dochodem i oceną własnej sytuacji finansowej wykazały, że zależność ta jest najsilniejsza w grupie osób *refleksywnie zarządzających* swoimi finansami. Jest to profil reprezentujący instrumentalną postawę wobec pieniędzy, charakteryzujący się nie tylko niskim poziomem wspomnianego niepokoju finansowego oraz cechami osobowości wskazującymi na typ odporny, czy też przystosowany, (Strelau, 2006; Zawadzki, Strelau, 2003; Gąsiorowska, 2008), ale także najwyższym poziomem kontroli finansowej. Z jednej strony, można się spodziewać, że osoby o niskiej kontroli finansowej mają większą skłonność do nieracjonalnych, nierefleksyjnych wydatków (por. Hanley i Wilhelm 1992, Roberts i Sepulveda 1999), a więc potrzebują więcej pieniędzy, by zaspokoić swoje potrzeby (i tym samym oceniają swoją sytuację jako gorszą) niż osoby o podobnych dochodach, ale potrafiące kontrolować swoje finanse. Z drugiej jednak strony, osoby takie nie pamiętają dokładnie kwot pieniędzy posiadanych w portfelu czy na koncie bankowym (Gąsiorowska 2008), mogą więc nie mieć dobrych danych

do oceny czy ich sytuacja jest dobra lub niedobra, albo po prostu podawać niezbyt dokładne odpowiedzi jeśli chodzi o faktyczny poziom ich dochodów. Osoby skrupulatnie zarządzające swoimi pieniędzmi i mające dokładne rozeznanie co do swojego stanu posiadania mają lepsze podstawy do oceny subiektywnej. Reprezentanci tej grupy prawdopodobnie popełniali mniejsze błędy przy szacowaniu swoich dochodów w odpowiedzi na zadane pytania.

Ważnym wynikiem przeprowadzonego badania jest wykazanie nie tylko różnic w sile związku między dochodem a jego subiektywną oceną u osób o różnych postawach wobec pieniędzy, ale przede wszystkim – różnic w charakterze tego związku. We wszystkich przypadkach najlepiej dopasowana do danych okazała się zależność krzywoliniowa, której kształt jest zgodny z prawem malejącej krańcowej użyteczności (Begg, Fischer, Dornbusch, 2007). Każda kolejna jednostka dobra – w tym przypadku pieniędzy – ma mniejszą użyteczność niż poprzednia, a więc przyrost poczucia dobrobytu jest coraz słabszy wraz ze wzrostem dochodu. Co więcej, jedynie w przypadku *niespokojnych wielbicieli* przyrost spostrzeganego dobrobytu, jakkolwiek niewielki, jest stały i dodatni także dla wysokich dochodów. W przypadku pozostałych trzech typów postaw wobec pieniędzy, a w szczególności w przypadku *negujących znaczenie*, przyrosty dochodu powyżej progu na poziomie 5–6 tysięcy złotych mają nie tylko malejącą, ale wręcz ujemną użyteczność krańcową. Skutkiem tego mamy do czynienia z następującym zjawiskiem: osoby *negujące znaczenie* pieniędzy po przekroczeniu tej kwoty oceniają swoją sytuację jako gorszą, niż osoby zarabiające mniej. Warto zaznaczyć, że ocena ta jest najniższa spośród ocen w czterech analizowanych profilach. Efekt ten może wynikać z pewnego rodzaju reakcji obronnej: skoro osoby te traktują pieniądze jako źródło zła, zniewolenia i negatywnych emocji, to mając ich bardzo dużo powinny same takie negatywne emocje odczu-

wać. Jeśli nie spostrzegają jednak swoich zarobków jako wysokie czy zadowolające, nie muszą się zmagać z takimi negatywnymi odczuciami.

Uzyskane wyniki pokazują, że zwiększanie wynagrodzenia, czy też dodatkowe bonusy finansowe, nie u wszystkich osób wywołają jednakowe reakcje. *Refleksyjni zarządcy*, którzy najpełniej reagują na zwiększające się dochody, powinni w największym stopniu doceniać podwyżki, ale także mocno odczuwać sytuacje, w których ich wynagrodzenie uległo zmniejszeniu. *Niezaangażowani hedoniści*, jak sama nazwa wskazuje, nie będą tak mocno uzależniali swojego zadowolenia z własnej sytuacji finansowej od tego, ile faktycznie zarabiają. Z kolei, *negujący znaczenie* pieniędzy nie będą mieli motywacji, żeby zarabiać bardzo dużo, bo to mogłoby pogorszyć ich stan emocjonalny. Tym samym, postawy wobec pieniędzy są ważnym aspektem w poszukiwaniu zależności między dochodem a poczuciem dobrobytu.

Przedstawione w niniejszym artykule badania nie są wolne od wad a przy ocenie wyciągniętych z nich wniosków należy mieć świadomość pewnych ograniczeń. Przede wszystkim pytania o dochód stanowią jedne z bardziej drażliwych pytań w badaniach społecznych, co skutkuje znacznym odsetkiem braku danych. Co więcej, w niniejszym badaniu pytano jedynie o dochód uzyskiwany przez respondenta, podczas gdy w badaniach przeprowadzonych przez Gąsiorowską (2010) na obiektywny poziom zamożności składał się zarówno przeciętny dochód deklarowany przez osobę badaną, jak i dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym oraz dochód całego gospodarstwa domowego. Takie podejście wydaje się bardziej wyczerpujące, niż podejście przedstawione w niniejszym artykule. Pomiar zmiennej zależnej dotyczy nie tyle oceny własnego dochodu w kategoriach wysoki-niski, co oceny sytuacji finansowej, na którą wpływa z całą pewnością także poziom dochodów innych osób pozostających z respondentem w gospodarstwie domo-

wym, ogólna liczba osób w gospodarstwie domowym, czy też takie czynniki, jak konieczność spłaty zaciągniętych kredytów, sytuacja rodzinna, liczba osób uzyskujących dochód i liczba dzieci, itp. Wydaje się jednak, że uproszczenie jakie zastosowano w niniejszym tekście nie zmniejsza wagi wniosku, że prezentowany przez jednostkę typ postaw wobec pieniędzy pełni funkcję moderatora zależności między obiektywnymi i subiektywnymi wskaźnikami dobrobytu.

Bibliografia

- Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R. (2003), *Makroekonomia*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R. (2007), *Mikroekonomia*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Belk, R.W., Wallendorf, M. (1990), *The sacred meanings of money*, *Journal of Economic Psychology*, 11(1), 35-68.
- Czapiński J., Panek T. (red.) (2007), *Diagnoza społeczna 2007*, www.diagnoza.com, data pobrania 10 czerwca 2011.
- Czapiński J., Panek T. (red.) (2009), *Diagnoza społeczna 2009*, www.diagnoza.com, data pobrania 10 czerwca 2011.
- Doyle, K. O. (1999), *The social meanings of money and property: In search of a talisman*, Thousand Oaks, Londyn, New Delhi: SAGE Publications.
- Furnham, A. (1984), *Many sides to the coin: The Psychology of Money Usage*, *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501-509.
- Furnham, A. (1996), *Attitudinal correlates and demographic predictors of monetary beliefs and behaviours*, *Journal Of Organizational Behavior*, 17, 375-388.
- Furnham, A., Argyle, M. (1998), *The Psychology of Money*, London: Routledge.
- Furnham, A., Okamura R. (1999), *Your Money or Your Life: Behavioral and Emotional Predictors of Money Pathology*, *Human Relations*, 52, 9, 1157-1177.
- Gąsiorowska, A. (2008), *Różnice indywidualne jako determinanty postaw wobec pieniędzy*, Maszynopis niepublikowany, praca doktorska, Wydział Nauk

- Historycznych i Pedagogicznych Uniwersytetu Wrocławskiego, Instytut Psychologii.
- Gąsiorowska, A. (2010), *Biedni czy bogaci? Wpływ dochodu i postaw wobec pieniędzy na ocenę własnej sytuacji finansowej*, (w:) A. M. Zawadzka i M. Górnik-Durose (red.) *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu*. Psychologiczne ścieżki współzależności, Gdańsk: GWP, s.177-193.
- Hanley, A., Wilhelm, M. S. (1992), *Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes*, *Journal of Economic Psychology*, 13, 5–18.
- Lau, S. (1998), *Money: what it means to children and adults*, *Social Behavior and Personality*, 26(3), 297-306.
- Lea, S.E.G., Webley, P. (2006), *Money as tool, money as drug: The biological psychology of a strong incentive*, *Behavioral and Brain Sciences*, 29 (2), 161-209.
- Luna-Arocas, R., Tang, T.L.-P. (2004), *The Love of Money, Satisfaction and the Protestant Work Ethic: Money profiles among University Professors in the U.S.A. And Spain*, *Journal of Business Ethics*, 50,329-354.
- Maison, D. (2008), *Jak być szczęśliwym i bogatym*, Referat wygłoszony na konferencji „Pieniądze w życiu człowieka”, Warszawa, 6 czerwca 2008.
- Richins, M. L. (1994), *Special Possessions and the Expression of Material Values*, *Journal of Consumer Research*, 21, 522–533.
- Richins, M. L., Dawson, S. (1992), *A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale development and validation*, *Journal of Consumer Research* 19, 303–316.
- Roberts, J. A., Sepulveda, C. J. M. (1999), *Money attitudes and compulsive buying: an exploratory investigation of the emerging consumer culture in Mexico*, *Journal of International Consumer Marketing*, 11(4), 53–74.
- Shafer, A. B. (2000), *Mediation of the Big Five's effect on career decision making by the life task dimensions and on the money attitudes by materialism*, *Personality and Individual Differences*, 28, 93–109.
- Siuta, J. (2006), *Inwentarz Osobowości NEO-PI-R Paula T. Costy Jr i Roberta R. McCrae. Adaptacja polska. Podręcznik*, Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP
- Solberg, E. C., Diener, E., Wirtz, D., Lucas, R. E., Oishi, S. (2002), *Wanting, having, and satisfaction: examining the role of desire discrepancies in satisfaction with income*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 725–734.
- Tang T. L-P, Luna-Arocas R., Sutarso T., Tang D. S.-H. (2004), *Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship?* *Journal of Managerial Psychology* 19(2), 111–135.
- Tang, T. L-P; Tang, T. L.-N., Homaifar, B. Y. (2006), *Income, the love of money, pay comparison, and pay satisfaction: Race and gender as moderators*. *Journal of Managerial Psychology*, 21(5), 476–491.
- Tang, T. L-P. (1995), *The development of a short money ethic scale: attitudes toward money and pay satisfaction revisited*, *Personality and Individual Differences* 19, 809-816.
- Tang, T. L-P. (2007), *Income and Quality of Life: Does the Love of Money Make a Difference?* *Journal of Business Ethics*, 72, 375–393.
- Tang, T. L-P., Chiu, R. K. (2003), *Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hong Kong Employees?* *Journal of Business Ethics*, 46, 13–30.
- Tang, T. L-P., Tillery, K. R., Lazarevski, B., Luna-Arocas, R. (2004), *The love of money and work-related attitudes: Money profiles in Macedonia*, *Journal of Managerial Psychology* 19, 5, 542–548.
- Tang, T. L. P. (1992), *The meaning of money revisited*, *Journal of Organizational Behavior*, 13 197–202.
- Tang, T.L.P., Tang, D. S.-H., Luna-Arocas, R. (2005), *Money profiles: the love of money, attitudes, and needs*, *Personnel Review*, 34, 603-618.
- Wąsowicz-Kirylo, G. (2008), *Psychologia finansowa*, Warszawa: Difin.
- Wilhelm, M. S., Varcoe, K., Huebner Fridrich, A. (1993), *Financial Satisfaction and Assessment of Financial Progress: Importance of Money Attitudes*, *Financial Counseling and Planning*, 4, 181–199.
- Yamauchi, K., Templer, D. (1982), *The development of a money attitudes scale*, *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.
- Youn, S., Doyle, K.O. (1999), *Toward a cross-disciplinary dialogue about the meanings of money*, *Advances in Consumer Research*, 26, 431-438.

Causal attribution of company success by the external observer

Abstract

The aim of the experimental study was to investigate the specificity of the processes of causal attributions for corporate performance which is perceived by the external observer as a success. The sample consisted of 427 students aged from 19 to 27, 51.0% of whom were women and 49.0% were men. The experiment was conducted using eight cases of positive corporate outcomes, described on the basis of content analysis of press articles and television news. 4-ANOVA revealed that the three sources of information about an event that were distinguished by Kelley (Consensus, Distinctiveness, and Consistency) influence the direction of attributions of positive outcomes, but their significance varies. The study confirmed the truth of the ideal data pattern indicating attribution to company but did not confirm the effectiveness of predicting based on the remaining ideal patterns (an attribution to object or context). However, the study allowed to identify a different pattern resulting in situational attribution. Additionally, directions for further research on causal inference for corporate performance were delineated.

Keywords: *causal attribution, success, corporate image*

OLEG GORBANIUK

Katedra Psychologii Eksperymentalnej

Instytut Psychologii KUL

oleg.gorbaniuk@kul.pl

DAWID GONERSKI

IT&T Research Consultant

Experis ManpowerGroup

2

Atrybucja przyczyn sukcesów przedsiębiorstw przez otoczenie zewnętrzne

Streszczenie

Celem zrealizowanych badań eksperymentalnych było poznanie specyfiki przebiegu procesów atrybucji przyczynowej wyników działalności przedsiębiorstw, które są postrzegane przez otoczenie jako sukces. Próba liczyła 427 studentów w wieku od 19 do 27 lat, z czego 51,0% stanowiły kobiety, zaś 49,0% mężczyźni. Eksperyment przeprowadzono na przykładzie ośmiu przypadków skutecznego funkcjonowania przedsiębiorstw, opracowanych na podstawie analizy zawartości artykułów prasowych i telewizyjnych programów informacyjnych. 4-czynnikowa analiza wariacji wykazała, że typy informacji o wydarzeniu zaproponowane przez Kelley'a (powszechność, wybiórczość, spójność) wpływają na kierunek atrybucji sukcesów przedsiębiorstw, ale ich znaczenie jest zróżnicowane. Została potwierdzona prawdziwość idealnego układu informacji prowadzącego do atrybucji przyczyny sukcesu w kierunku przedsiębiorstwa, jednak nie potwierdzono skuteczności przewidywania na podstawie pozostałych idealnych układów sześcianu (atrybucja do obiektu i sytuacji). Na podstawie badań zidentyfikowano natomiast inny układ powodujący atrybucję do okoliczności zewnętrznych. Wskazano ponadto kierunki dalszych badań nad wnioskowaniem atrybucyjnym wyników działalności przedsiębiorstw.

Słowa kluczowe: sukces, atrybucja przyczynowa, wizerunek firmy.

1. Wprowadzenie

Potrzeba rozumienia otaczającego świata jest zaliczana do podstawowych potrzeb poznawczych człowieka, które są zaspokajane poprzez budowanie przez podmiot reprezentacji spotrzeganych obiektów, ich ocenianie oraz ustalanie przyczyn zdarzeń (Lachowicz-Tabaczek 2004). Taka poznawcza funkcja jest wbudowana *implicit*e w większość teorii atrybucji, a *explicit*e była założona przez Heidera (1958). Jego zdaniem każdy człowiek dąży do wyjaśnienia tego, co jest dostępne jego percepcji, oraz stara się przewidywać to, co się zdarzy w jego otoczeniu. Dotyczy to zarówno świata fizycznego i nieożywionego, jak również bytów ożywionych, wśród których szczególne miejsce zajmuje postrzeganie innych ludzi. Zrozumienie i wyjaśnienie przyczyn zachowania człowieka nie jest możliwe bez poznania reguł rządzących psychologią naiwną.

Procesy atrybucji mogą być szczególnie użyteczne w opisie i wyjaśnianiu procesu interpretacji informacji na temat działań i zdarzeń z udziałem przedsiębiorstw przez odbiorców komunikatów medialnych. Ma to duże znaczenie aplikacyjne, ponieważ znajomość specyfiki procesów atrybucji przyczynowych i dyspozycyjnych w odniesieniu do firm pozwala na lepsze rozumienie i kierowanie procesem kształtowania ich wizerunku. Rangę problemu uświadamia nam skala kryzysu systemu finansowego w 2008 roku i jego reperkusje aż do dnia dzisiejszego, ponieważ jednym z jego źródeł a zarazem konsekwencją jest brak zaufania różnych grup podmiotów występujących na rynku w tym m.in. konsumentów, akcjonariuszy i inwestorów zarówno wobec banków jak również innych podmiotów gospodarczych. Odbudowa utraconego zaufania lub kształtowanie go od podstaw leży w gestii zarządzania wizerunkiem i reputacją poszczególnych podmiotów gospodarczych jak również całego systemu finansowego jako całości. Znajomość uwarunkowań interpretacji zda-

zeń pozytywnych z udziałem przedsiębiorstw jest tu nieodzowna.

O ile wiedza psychologiczna na temat procesów atrybucji w ogóle jest wystarczająco bogata, to w odniesieniu do percepcji zachowań podmiotów gospodarczych już nie jest tak wyczerpująca. Zatem pytanie, które autorzy niniejszego artykułu postawili sobie, można sformułować w sposób następujący: W jakim stopniu procesy atrybucji przyczynowej w przypadku podmiotów gospodarczych są podobne do procesów atrybucji w odniesieniu do człowieka? Próba odpowiedzi na to pytanie będzie podjęta w oparciu o literaturę przedmiotu i badania własne, których zadaniem będzie uzupełnienie luki w wiedzy na ten temat.

1.1. Atrybucja przyczynowa z perspektywy modeli normatywnych

Historycznie rzecz biorąc procesy atrybucji przyczynowej stały się najwcześniej przedmiotem zainteresowań psychologów, którzy opracowali szereg modeli normatywnych i opisowych tego zjawiska. W modelach normatywnych próbowano uchwycić czynniki, które osoba powinna wziąć pod uwagę, aby w sposób bezbłędny dojść do wniosku, czy przyczyna zdarzenia tkwi w podmiocie działań (aktorze), przedmiocie działań (obiekcie) czy też czynnikach sytuacyjnych (Kelley 1967; Pruitt i Insko 1980; Hewstone i Jaspars 1987; Försterling 1989; Medcof 1990). Modele opisowe usiłują z kolei opisać czynniki, które wywierają faktyczny wpływ na proces wnioskowania o przyczynach zdarzeń lub proces podejmowania decyzji, a więc uwzględniają deformacje w procesie wnioskowania, które są ignorowane z definicji przez modele normatywne jako irracjonalne (Cheng 1997; Downing, Sternberg i Ross 1985; Einhorn i Hogarth 1986; Montgomery 1998; Reeder, Vonk, Ronk, Ham i Lawrence 2004).

Wspólnym założeniem modeli normatywnych jest traktowanie człowieka jako „naiwnego

naukowca”. Z punktu widzenia modeli opartych na zasadzie współzmienności wnioskowanie atrybucyjne jest wyznaczane przez strukturę dostarczonych informacji, a sam proces można rozpatrywać jako analogię do naiwnej analizy wariacji (Kelley 1967, 1973). Aby trafnie wskazać przyczynę zdarzenia, osoba powinna wziąć pod uwagę trojakiemu rodzaju informacje: o normatywności takich zachowań w otoczeniu podmiotu (powszechność), o charakterystyczności na tle zachowań wobec innych przedmiotów/obiektów (wybiórczość) oraz o stałości/powtarzalności takich zachowań podmiotu wobec tego samego obiektu w dłuższej perspektywie czasowej (spójność). Na przykład rozważając, czy sukces nowego produktu wprowadzonego na rynek jest zasługą danej firmy czy też sprzyjających czynników sytuacyjnych należy wziąć pod uwagę, czy inne firmy w tym czasie odniosły podobny sukces (wysoka powszechność) czy też nie (niska powszechność); czy sukces dotyczył tylko jednego produktu (wysoka wybiórczość) czy też całego asortymentu produktów oferowanego przez daną firmę w tym samym czasie na rynku (niska wybiórczość); czy wcześniej ta firma odnosiła podobne sukcesy (wysoka spójność) czy też zdarzyło się to po raz pierwszy (niska spójność).

Kelley (1973) jest również autorem idealnych układów informacji o współzmienności, które powinny decydować o atrybucji do osoby, obiektu lub do okoliczności. Zakładał on, iż jednostki są bardziej skłonne do szukania przyczyn zachowania innych w dyspozycjach osobowych, jeżeli występuje niska powszechność, niska wybiórczość oraz wysoka spójność danego zachowania (NNW). W przypadku wysokich wartości wszystkich czynników osoby powinny być skłonne uznać za przyczynę zachowania obiekt (WWW). Natomiast wobec małej powszechności, dużej wybiórczości i małej spójności przyczyna takich a nie innych zachowań będzie upatrywana w zaistniałych okolicznościach (NWN). W późniejszych publikacjach inni badacze zgod-

nie z zasadą współzmienności wskazywali, że atrybucja do okoliczności powinna być determinowana przez układ WNN: wysokiej powszechności, niskiej wybiórczości i niskiej spójności (Fösterling 1989; Hewstone i Jaspers 1987).

To, że procesy wnioskowania atrybucyjnego nie przebiegają tak, jak to jest oczekiwane w modelach normatywnych, stanowi fakt oczywisty. Wykorzystywanie tych modeli w badaniach empirycznych ma natomiast inny cel: manipulując w eksperymentach informacjami, które należy uwzględnić zgodnie z modelami normatywnymi, możemy badać odstępstwa procesu wnioskowania przeciętnego człowieka od tego, który jest logicznie poprawny. Dzięki temu możemy lepiej zrozumieć prawidłowości procesów atrybucji i tworzyć modele opisowe bardziej adekwatne do rzeczywistości, ponieważ modele normatywne nie uwzględniają motywacji respondenta i posiadanej przez niego wiedzy, a zatem też struktury przyczynowej dotychczasowych komunikatów docierających do odbiorcy i skryptów z tym związanych.

1.2. Odstępstwa od modelu normatywnego: tendencyjność wnioskowania

W badaniach zrealizowanych w latach 70-ch i 80-ch stwierdzono szereg odstępstw procesu wnioskowania atrybucyjnego ludzi od modeli normatywnych. Dzieli się je na błędy atrybucyjne, czyli niesystematyczne, przypadkowe odchylenia wynikające np. z braku motywacji do uważnego analizowania, oraz tendencyjności (*bias*), czyli odstępstwa systematyczne (por. Kruglanski i Ajzen 1983; Lewicka 1993). Te drugie stały się szczególnie przedmiotem zainteresowań psychologii społecznej. Przede wszystkim dostrzeżono rolę perspektywy aktor vs. obserwator oraz perspektywy grupy własnej vs. obcej, czyli asymetrię w interpretacji zachowań własnych i obcych

polegającą na niedocenianiu roli czynników zewnętrznych w percepcji przyczyn zachowań innych (Watson 1982).

Kolejną wykrytą prawidłowością jest asymetria w percepcji niepowodzeń vs. sukcesów innych (Hewstone 1990; Tillman i Carver 1980): w niepowodzeniach przeceniamy rolę czynników wewnętrznych, a w sukcesach – zewnętrznych. Oznacza to, że skutek jest wartościowany przez obserwatora i zależnie od wyniku tej ewaluacji będziemy mieli do czynienia z tendencyjnością w procesie atrybucji przyczynowej.

Wśród badaczy z zakresu psychologii społecznej istnieje zgodność, że do podstawowych wymiarów percepcji społecznej zalicza się moralność oraz kompetencja (Wojciszke 2005), ostatnio ujmowanych również w postaci szerszych znaczeniowo pojęć „wspólnotowość” i „sprawczość” (Wojciszke 2010). Mają one duże znaczenia również w procesie atrybucji: w zachowaniach niemoralnych (efekt negatywności) oraz w zachowaniach demonstrujących wysoki poziom wykonania w zadaniach zdolnościowych (efekt pozytywności) przeceniamy rolę czynników wewnętrznych z uwagi na ich subiektywnie wysoką diagnostyczność dla sądów atrybucyjnych o dyspozycjach obserwowanego aktora (Reeder i Brewer 1979; Reeder, Messick i Van Avermaet 1977).

Zwrócono ponadto uwagę na intencjonalność zachowań. Wykazano, że model Kelley’ a lepiej opisuje proces wnioskowania o przyczynach zachowań nieintencjonalnych (zdarzenia) niż intencjonalnych (działania) (Zuckerman 1978). Tu warto odnotować, że niepowodzenia częściej mają charakter działań nieintencjonalnych i są skutkiem niekorzystnego spłotu okoliczności, natomiast sukcesy – intencjonalny, ponieważ stanowią one cel naszej aktywności. Całość komplikuje dodatkowo fakt, że wymiar ciepła/moralności łączy się z intencjami, a wymiar kompetencji z możliwościami działania (Fiske, Cuddy i Glick 2007).

Na koniec warto wspomnieć o roli typowości vs. nietypowości zdarzeń/działań, które są przedmiotem interpretacji obserwatora. W przypadku zdarzeń typowych dużą rolę w procesie wnioskowania odgrywają utrwalone przez doświadczenie skrypty (Hilton i Slugoski 1986). Wówczas stopień wykorzystywania informacji uwzględnianych w modelu Kelley’ a (1967) maleje, ponieważ dane o współzmienności wchodzą w interakcję z wiedzą o świecie (np. zgodne i niezgodne ze skryptami zachowań).

Aktualnie zgromadzono wiele dowodów na temat systematycznych błędów atrybucyjnych, ale nadal nie ma zgodności, jaki mechanizm za tym stoi i w jakich okolicznościach który mechanizm jest uruchamiany (Fosterling 2005). Warto przy tym zwrócić uwagę na kilka ograniczeń sposobu wykorzystywania modeli normatywnych w badaniach deformacji wnioskowania atrybucyjnego. W pierwszej kolejności należy wymienić oczekiwanie zbyt refleksyjnego podejścia obserwatora do interpretacji zachowań aktora na poziomie modelu, które było jeszcze bardziej potęgowane przez operacjonalizację (projektowanie eksperymentów). Drugą istotną wadą jest niska reprezentatywność przedmiotowa badań: wnioski o szerokim zakresie generalizacji opierano na badaniach pojedynczych wyabstrahowanych zdarzeń. Faktyczna heterogeniczność bodźców i przywoływanego przez nich kontekstu może być odpowiedzialna za liczne odstępstwa od modelu normatywnego, ponieważ osoba często wykracza poza dostarczone informacje (por. De Cremer 2000).

1.3. Wykorzystanie teorii atrybucji do wyjaśniania procesu interpretacji zachowań firm

W wielu obszarach psychologii organizacji i zarządzania podjęto próby empirycznej weryfikacji użyteczności normatywnych modeli

atrybucji i potwierdzenia istnienia systematycznych odchyśleń od nich (por. Martinko, Douglas i Harvey, 2006). Jako przykład mogą posłużyć badania procesu interpretacji przyczyn sukcesów i niepowodzeń organizacji przez szczebel kierowniczy (Bettman i Weitz 1983; Li, 2010; Moen i Skaalvik, 2011; Staw i in. 1983; Salancik i Meindl 1984; Tsang 2002), czy też analiza źródeł niepowodzeń w zarządzaniu personelem (Gronhaug i Falkenberg 1994; Martinko, 1999). Inaczej sytuacja przedstawia się, gdy chodzi o wyjaśnianie sposobu rozumowania otoczenia (konsumentów, akcjonariuszy, inwestorów itd.) w procesie interpretacji decyzji podejmowanych przez firmy. Poza odwołaniami do teorii atrybucji Kelley’ a na poziomie teoretycznych rozważań (por. Sjøvall i Talk 2004) autorom nie udało się zidentyfikować badań, które empirycznie zweryfikowałyby przydatność tej lub innej teorii atrybucji do wyjaśnienia procesu wnioskowania otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstw o przyczynach wydarzeń z udziałem podmiotów gospodarczych (EBSCO 1940-2011). Wyjątek stanowią badania eksperymentalne nad procesem atrybucji przyczyn sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwach (Gorbaniuk i Długoborska 2010). Traktując model Kelley’ a jako punkt wyjścia w projektowaniu eksperymentów na przykładzie ośmiu zdarzeń o charakterze kryzysowym ustalono, że: (1) przyczyna niepowodzenia jest upatrywana najczęściej w firmie, co należy rozpatrywać jako przejaw podstawowego błędu atrybucji (lub inaczej: błędu korespondencji); (2) kluczową dla atrybucji wewnętrznej jest informacja o spójności; (3) informacje o wybiórczości i powszechności mają drugorzędne znaczenie; (4) potwierdzono jednoznaczność kierunku atrybucji tylko w przypadku jednego idealnego układu z sześcianu Kelley’ a – tego, który maksymalizuje atrybucję ku firmie (NNW).

Analiza publikacji z zakresu atrybucji wskazuje, że naukowe zainteresowania psycholo-

gów częściej koncentrują się na tych aspektach funkcjonowania psychicznego i społecznego człowieka, które mają wyraźnie negatywną waloryzację niż tych, które są wartościowane jako pozytywne (Czapiński 1988; Lewicka 1993). W przypadku psychologii organizacji skupienie zainteresowań badaczy głównie na procesach wnioskowania w sytuacjach kryzysowych ma częściowe uzasadnienie w empirycznie potwierdzonej silniejszej tendencji otoczenia firm do koncentracji swojej uwagi na przedsiębiorstwie nie wtedy, kiedy ono odnosi sukces, lecz przede wszystkim wtedy, kiedy ma ono kłopoty (Alsop 2004; Renkema i Hoeken 1998). Sytuacje kryzysowe w firmach o dobrej renomie cieszą się szczególnie dużym zainteresowaniem wśród dziennikarzy. Im lepszą reputację ma przedsiębiorstwo, tym bardziej sensacyjny charakter ma informacja na temat kryzysu i tym większa wśród dziennikarzy jest skłonność traktować niesprawdzone informacje jako fakty (Tucker i Melewa 2005). Jest to jednak jednostronna wiedza, która pokazuje jakie są możliwe konsekwencje zdarzeń negatywnych w przedsiębiorstwach w zależności od konfiguracji informacji dostarczanej otoczeniu. Dla procesu zarządzania wizerunkiem i reputacją przedsiębiorstw nie mniej ważna jest wiedza na temat tego, jak przebiega wnioskowanie przyczynowe na temat zdarzeń pozytywnych w przedsiębiorstwach. Jakie są uwarunkowania atrybucji przyczynowej sukcesu przedsiębiorstwa? Dotychczasowe badania własne i innych autorów nie pozwalają odpowiedzieć na to pytanie, dlatego też potraktowano go jako problem w badaniach własnych.

2. Hipotezy

Większość naszej wiedzy na temat procesów atrybucji pochodzi z badań nad postrzeganiem społecznym. Ogólnie można przypuszczać, że większość prawidłowości sprawdza się w inter-

pretacji przez otoczenie zewnętrzne działań/zdarzeń z udziałem przedsiębiorstw. Aby wiedza nasza była bardziej precyzyjna, należy te prawidłowości weryfikować. Biorąc pod uwagę dotychczasowe wyniki badań nad podstawowym błędem atrybucji (Fösterling 2005) sformułowano następującą hipotezę dotyczącą deformacji procesu wnioskowania względem oczekiwań normatywnego modelu Kelley'a (1967):

H1: W sytuacji sukcesu częściej występuje atrybucja przyczyny przez zewnętrzne otoczenie w kierunku firmy niż obiektu (przedmiotu aktywności firmy) lub sytuacji.

Pierwotnie model Kelley'a zakładał, że informacje o powszechności, wybiórczości i spójności mają takie same znaczenie w procesie atrybucji. Badania testujące ten model wykazały jednak, że dane na temat powszechności wyjaśniały znacznie mniej wariacji, niż informacje o spójności (McArthur 1972; Orvis i in. 1975; Borgida i Brekke 1981; por. Kassin 1979; Szmajke 1984). Biorąc ponadto pod uwagę wyniki własnych badań nad atrybucją przyczynową w sytuacji kryzysu w przedsiębiorstwie (Gorbaniuk i Długoborska 2010) można sformułować następującą hipotezę na temat hierarchii ważności poszczególnych informacji dla przebiegu procesu atrybucji:

H2: Największe znaczenie dla zewnętrznego otoczenia w procesie atrybucji przyczynowej w sytuacji sukcesu firmy ma informacja na temat spójności, najmniejsze – informacja na temat powszechności wyników uzyskiwanych przez firmę.

Traktując informacje na temat powszechności, wybiórczości i spójności jako czynniki, na podstawie modelu Kelley'a i wyników testujących go badań można spodziewać się, że powszechność, wybiórczość i spójność wywierają niezależnie od siebie wpływ na atrybucję przyczyny sukcesu przez zewnętrzne otoczenie firm:

H3.1: Niska powszechność sprzyja upatrywaniu przyczyny sukcesu w firmie.

H3.2: Wysoka wybiórczość sprzyja upatrywaniu przyczyny sukcesu w specyfice przedmiotu aktywności firmy („obiekt”).

H3.3: Wysoka spójność sprzyja upatrywaniu przyczyny sukcesu w umiejętnościach zarządczych firmy.

We wszystkich badaniach weryfikujących wpływ idealnych układów współzmienności na kierunek atrybucji wykazano, że niska powszechność, niska wybiórczość oraz wysoka spójność powoduje więcej atrybucji do aktora niż obiektu lub okoliczności (por. Fösterling 1989; Hewstone i Jaspars 1983). Podobną prawidłowość stwierdzono również w badaniach atrybucji porażek przedsiębiorstw przez ich zewnętrzne otoczenie (Gorbaniuk i Długoborska 2010):

H4.1: Kombinacja niskiej powszechności, niskiej wybiórczości i wysokiej spójności postępowania (NNW) wpływa na silniejsze przypisywanie sukcesu firmie niż obiektowi lub sytuacji.

H4.2: Kombinacja wysokiej powszechności, wysokiej wybiórczości i wysokiej spójności postępowania (WWW) wpływa na silniejsze przypisywanie sukcesu obiektowi niż firmie lub sytuacji.

H4.3: Kombinacja niskiej powszechności, wysokiej wybiórczości i niskiej spójności postępowania (NWN) wpływa na silniejsze przypisywanie sukcesu czynnikom sytuacyjnym niż firmie lub obiektowi.

3. Metoda

3.1. Plan eksperymentu i strategia badań

Biorąc pod uwagę sformułowane hipotezy badawcze ich weryfikacja wymaga przeprowadzenia badań eksperymentalnych, w których (1) powszechność, (2) wybiórczość i (3) spójność

pełniłyby funkcje zmiennych niezależnych głównych, przyjmując jedną z dwóch wartości: niska vs. wysoka. Oceniając potencjalne przyczyny zdarzenia, osoba powinna wskazać prawdopodobieństwo wystąpienia przyczyny po stronie (a) firmy, (b) obiektu lub (c) czynników sytuacyjnych, wskutek czego mamy tu do czynienia z pomiarem powtarzanym na trzech poziomach. Przypisywanie większego prawdopodobieństwa którejś z trzech potencjalnych przyczyn wyznacza kierunek atrybucji przyczynowej.

Jak już wcześniej wspomniano testowanie wpływu zmiennych niezależnych na kierunek atrybucji na przykładzie jednej sytuacji – co było powszechną praktyką we wcześniejszych badaniach zarówno z obszaru psychologii społecznej i psychologii ekonomicznej – obarczone jest ryzykiem występowania przypadkowych efektów wynikających z kontekstu sytuacyjnego, który może wchodzić w interakcje ze zmiennymi niezależnymi. Dlatego też w celu zwiększenia zakresu generalizacji wniosków z badań postanowiono przetestować wpływ uwzględnionych w hipotezach zmiennych niezależnych na przykładzie wielu różnych zdarzeń (dokładniej ośmiu), z których każdy wnosi swój kontekst sytuacyjny. Dopiero systematyczność występowania efektu w różnych kontekstach sytuacyjnych będzie upoważniała do wnioskowania o jego wartości poznawczej. Zatem rodzaj zdarzenia będzie pełnił funkcje moderatora w przyjętym planie eksperymentalnym.

3.2. Operacjonalizacja zmiennych

Można sformułować szereg postulatów odnośnie projektowania badań wykorzystujących modele normatywne w celu zwiększenia trafności ekologicznej eksperymentów w przypadku badań nad percepcją podmiotów gospodarczych. Pierwszym spośród nich jest zwiększenie adekwatności wykorzystywanych bodźców eksperymentalnych np. poprzez przedstawienie komunikatu w postaci newsu, ponieważ w takiej postaci najczęściej

docierają do nas informacje o firmach. Następnie należy dostosować treść informacji o powszechności i spójności do specyfiki typowych komunikatów dotyczących przedsiębiorstw. Powszechność (niską vs. wysoką) należy ujmować jako postępowanie innych firm wobec danej kategorii obiektów (a nie konkretnego obiektu, który jest egzemplarzem kategorii). Spójność (niska vs. wysoka) dotyczy stałości postępowania firmy w przeszłości wobec danej kategorii obiektów (a nie konkretnego obiektu – egzemplarza kategorii). Z kolei przez obiekt należy rozumieć przedmiot aktywności przedsiębiorstwa: w psychologii społecznej jest nim najczęściej człowiek, w przypadku firm – nie tylko człowiek, co zmienia perspektywę oceny, ponieważ działanie wobec ludzi częściej jest oceniane na wymiarze moralności, szczególnie jeżeli mają one negatywne konsekwencje.

W celu wyselekcjonowania zdarzeń, których treść miała być przedmiotem manipulacji eksperymentalnej, przeanalizowano treść komunikatów medialnych w trzech kanałach TV (TVP1, Polsat i TVN) oraz trzech dziennikach (Gazeta Wyborcza, Metro i Fakt) w okresie od września do listopada 2009 roku. Stwierdzono zdecydowaną przewagę zdarzeń negatywnych z udziałem przedsiębiorstw. Z puli zdarzeń pozytywnych wyselekcjonowano 15, które przeanalizowano pod kątem możliwości manipulowania zmiennymi z modelu Kelley'a oraz stopnia typowości zdarzeń dbając o ich różnorodność pod tym względem. Ostatecznie zdecydowano się na manipulację treścią ośmiu zdarzeń: (1) Wprowadzenie nowego produktu na rynek, (2) Wybudowanie nowej linii technologicznej w zakładzie, (3) Zajęcie pozycji lidera w rankingu, (4) Otwarcie zagranicznej filii firmy, (5) Eksport produktów na rynki zagraniczne, (6) Pozyskanie funduszy z Unii Europejskiej, (7) Zwiększenie zatrudnienia, (8) Wybudowanie obiektu przed czasem.

Dla każdego z ośmiu zdarzeń opracowano osiem krótkich newsów prasowych jako wynik

kombinacji niskiej vs. wysokiej powszechności \times wybiórczości \times spójności ($2 \times 2 \times 2 = 8$). Np. dla zdarzenia „Zwiększenie zatrudnienia” dla kombinacji WWN (wysoka powszechność, wysoka wybiórczość, niska spójność) komunikat prasowy brzmiał w sposób następujący: *Ostatnimi czasy wiele polskich odlewni żeliwa zwiększa liczbę swoich pracowników. W ostatnim kwartale w firmie Żelmasz zatrudniono grupę dodatkowych pracowników, ale byli to wyłącznie specjaliści o wysokim poziomie kwalifikacji. Do tej pory to przedsiębiorstwo nie zwiększa poziomu zatrudnienia.* W sumie na potrzeby badań stworzono 64 newsy (8 zdarzeń \times 8 kombinacji poziomów powszechności, wybiórczości i spójności).

Po zapoznaniu się z newsem zadaniem respondenta była ocena na skali 11-stopniowej (od 0% do 100%) prawdopodobieństwa wystąpienia każdej z trzech przyczyn zdarzeń (aktor, obiekt, sytuacja) od „mało prawdopodobne” (0%) do „wysoce prawdopodobne” (100%). Np. w przypadku zdarzenia „Zwiększenie zatrudnienia” twierdzenia były sformułowane w następujący sposób: (1) *Wzrost zatrudnienia jest prawdopodobnie skutkiem sprawnego zarządzania firmą Żelmasz.* (2) *Wzrost zatrudnienia jest prawdopodobnie wynikiem wysokich kwalifikacji przyjętych pracowników.* (3) *Wzrost zatrudnienia jest prawdopodobnie skutkiem sprzyjającej sytuacji rynkowej.* Przy czym nie sugerowano, że suma prawdopodobieństw powinna wynieść 100%, dzięki czemu respondenci mogli uwzględniać interakcję potencjalnych czynników sprawczych. Warto także odnotować, że respondentom umożliwiono wskazanie jednocześnie wielu możliwych przyczyn zaistniałej sytuacji jak również ich stopniowania. W klasycznych badaniach pole manewru respondenta było ograniczone do wyborów typu 0/1 jednej sposób kilku opcji: podmiot, obiekt/bodziec, okoliczności lub ich interakcję (por.: McArthur 1972; Orvis i in. 1975).

3.3. Próba i procedura badań

W badaniach wzięło udział 442 studentów, z których wyniki 427 osób w wieku 19-27 lat ($M = 21,7$) zakwalifikowano do analiz. Kobiety stanowiły 51,0% próby, a mężczyźni odpowiednio 49,0%. Dobór próby był przypadkowy. Badania zostały zrealizowane w Warszawie na terenie akademików Uniwersytetu Warszawskiego i SGGW w maju 2010 roku, dzięki czemu uzyskano duże rozproszenie pochodzenia respondentów (33% wieś, 67% miasto), roku studiów oraz kierunków (ponad 90), które oni studiowali. W celu zapewnienia realizacji II zasady randomizacji zastosowano dobór osób do grup eksperymentalnych zbliżony do losowania systematycznego poprzez pogrupowanie kolejnych wręczanych respondentom kwestionariuszy w taki sposób, aby zawierały one różne kombinacje wartości zmiennych niezależnych głównych, w ten sposób kolejna osoba biorąca udział w badaniach była cyklicznie kwalifikowana do innej grupy eksperymentalnej. Kontrolowano przy tym proporcję płci respondentów.

Badania zrealizowano metodą ankiety roznoszonej. Ankieter wyjaśniał instrukcję kwestionariusza, który respondent następnie samodzielnie wypełniał. Po 15-20 min ankieter zgłaszał się po odbiór kwestionariusza. Liczba odmów udziału w badaniach była minimalna i nie przekraczała 3%. Każdy respondent oceniał przyczyny czterech różnych zdarzeń różniących się dodatkowo z uwagi na kombinację wartości manipulowanych zmiennych. W tym celu opracowano w sumie 64 wersje kwestionariuszy, ponieważ kolejność zdarzeń była rotowana w ramach danego zestawu.

Liczba analizowanych przypadków w ramach każdego z ośmiu zdarzeń, których opisy były przedmiotem manipulacji eksperymentalnej, wahała się od 210 do 215. Kombinacje wartości zmiennych niezależnych głównych (powszechność \times wybiórczość \times spójność) w ramach każdego zdarzenia generowały osiem grup ekspery-

mentalnych ($2 \times 2 \times 2$), z których każda liczyła od 25 do 28 osób.

4. Wyniki

W celu przetestowania hipotez badawczych zastosowano 4-czynnikową analizę wariancji z jednym czynnikiem pomiarów powtarzanych

osobno dla każdego z ośmiu zdarzeń. Wykorzystano podejście wielowymiarowe do testowania efektów powtarzanych pomiarów (na marginesie warto odnotować, że posługując się podejściem jednowymiarowym dojdziemy do takich samych wniosków jak w przypadku zastosowania podejścia wielowymiarowego). Wyniki analiz przedstawiono w Tabeli 1. Dla uproszczenia

Tabela 1. Uwarunkowania atrybucji przyczyny sukcesu przedsiębiorstwa na przykładzie 8 zdarzeń (4-ANOVA)

Zdarzenie	Statystyki	Wybrane* efekty główne i interakcyjne							
		Przyczyna	PowszechnośćxPrzyczyna	WybiórczośćxPrzyczyna	SpójnośćxPrzyczyna	Powsz.xWybór.xPrzyczyna	Powsz.xSpójn.xPrzyczyna	Wybór.xSpójn.xPrzyczyna	Powsz.xWybór.xSpójn.xPrzyczyna
Nowy produkt	F(2,201) η^2	11,41 0,10						3,52 0,03	
Linia produkcyjna	F(2,206) η^2	55,69 0,35	7,06 0,06	3,85 0,04	13,21 0,11		3,97 0,04		
Ranking firm	F(2,202) η^2	25,85 0,20		3,18 0,03	3,13 0,03				
Filia zagraniczna	F(2,203) η^2	28,87 0,22			3,82 0,04				
Eksport produktu	F(2,206) η^2	18,84 0,16			3,04 0,03				
Fundusze UE	F(2,204) η^2	10,43 0,09	9,74 0,09					4,75 0,04	
Zwiększenie zatrudnienia	F(2,205) η^2	15,38 0,13		4,44 0,04					
Budowa przed terminem	F(2,206) η^2	46,29 0,31			30,66 0,23	5,41 0,05			
Liczba istotnych efektów ($p < 0,05$)		8	2	3	5	1	1	2	0

* istotne z punktu widzenia hipotez badawczych

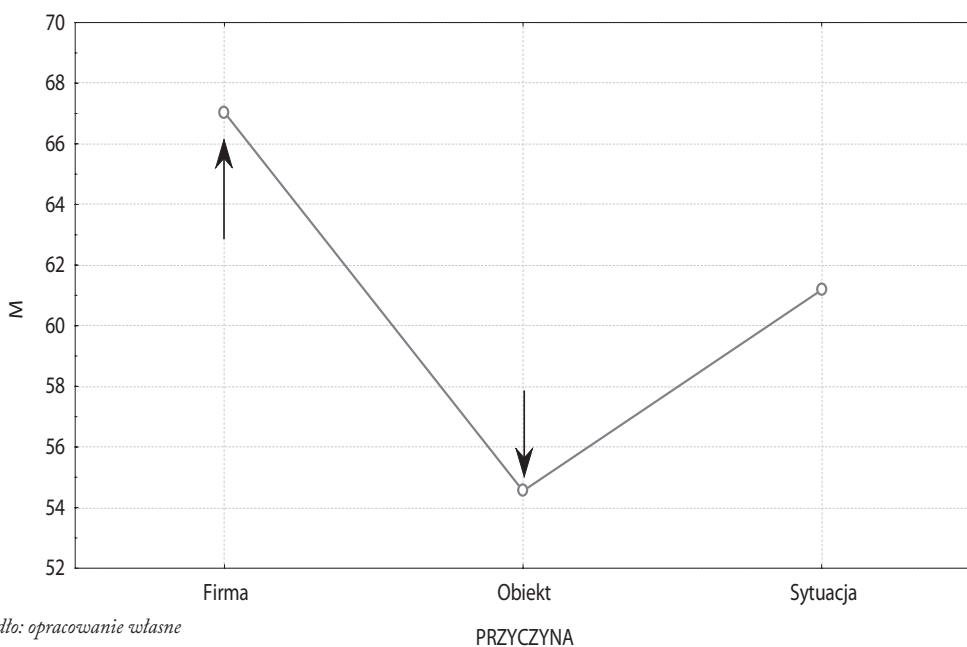
Źródło: opracowanie własne

pominięto w niej efekty, (1) które nie pozwalają wnioskować o kierunku atrybucji przyczynowej, uwarunkowania, której są właściwym celem analiz, oraz te, (2) które nie są istotne statystycznie na poziomie $p < 0,05$. Wyniki analiz wskazują, że w każdym z analizowanych ośmiu zdarzeń występuje efekt główny pomiaru powtarzanego określonego umownie „Przyczyna”. Tłumaczy on przeciętnie $\eta^2 = 0,18$ wariacji prawdopodobieństwa sprawstwa sukcesu. Sumaryczną dla ośmiu zdarzeń ilustrację efektu przedstawia Rys. 1. Wskazuje on, że przyczyna sukcesu najczęściej jest przypisywana firmie, natomiast rzadziej sprzyjającym okolicznościom sytuacyjnym oraz najrzadziej – specyfice przedmiotu aktywności („obiekt”). Inaczej mówiąc bez względu na rodzaj zdarzenia i normatywne oczekiwania modelu Kelley’ a, istnieje systematyczna a zarazem silna tendencja do przypisywania przyczyny sukcesu firmie, co można również uznać za przejaw fundamentalnego błędu atrybucji, według którego ludzie mają skłonność do przypisywania dyspozycjom aktora przyczyn zdarzenia, którego oni

są świadkami. W zależności od rodzaju zdarzenia skala tej uniwersalnej tendencji może być większa lub mniejsza, co znalazło swój wyraz w wielkości obserwowanych efektów w przypadku różnych zdarzeń (zob. η^2 w Tabeli 1, kolumna Przyczyna).

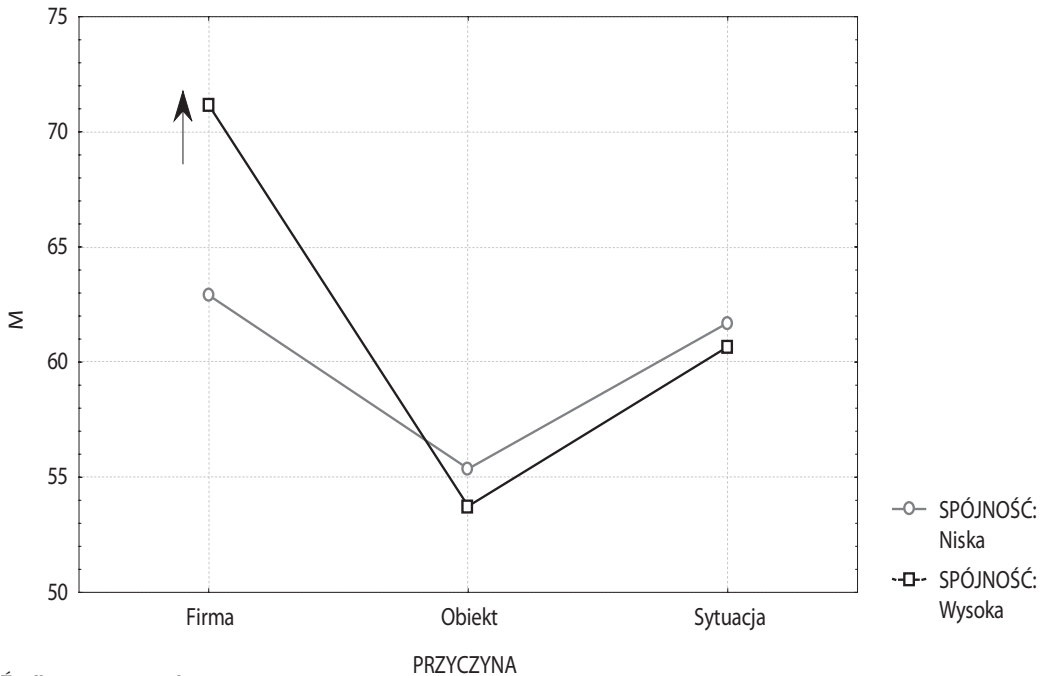
Drugim pod względem systematyczności występowania efektem była interakcja Spójność \times Przyczyna. Była ona istotna statystycznie w 5 spośród 8 analizowanych zdarzeń, a udział wyjaśnionej wariacji wahał się od $\eta^2 = 0,03$ do $\eta^2 = 0,23$ jak w przypadku ukończenia budowy przed terminem. Z punktu widzenia merytorycznego stwierdzony efekt oznacza, że informacja o tym, że to nie pierwszy taki sukces w działalności przedsiębiorstwa i że firma w przeszłości także wyróżniała się skutecznością w realizacji celów w danym obszarze swojej aktywności zwiększa prawdopodobieństwo upatrywania w firmie przyczyny aktualnie odniesionego sukcesu. Rys. 2, przedstawiający uśredniony efekt dla wszystkich ośmiu zdarzeń, wskazuje, że w przypadku niskiej spójności uzyskiwanych wyników

Rys. 1. Dominujący kierunek atrybucji



Źródło: opracowanie własne

Rys. 2. Spójność a kierunek atrybucji



Źródło: opracowanie własne

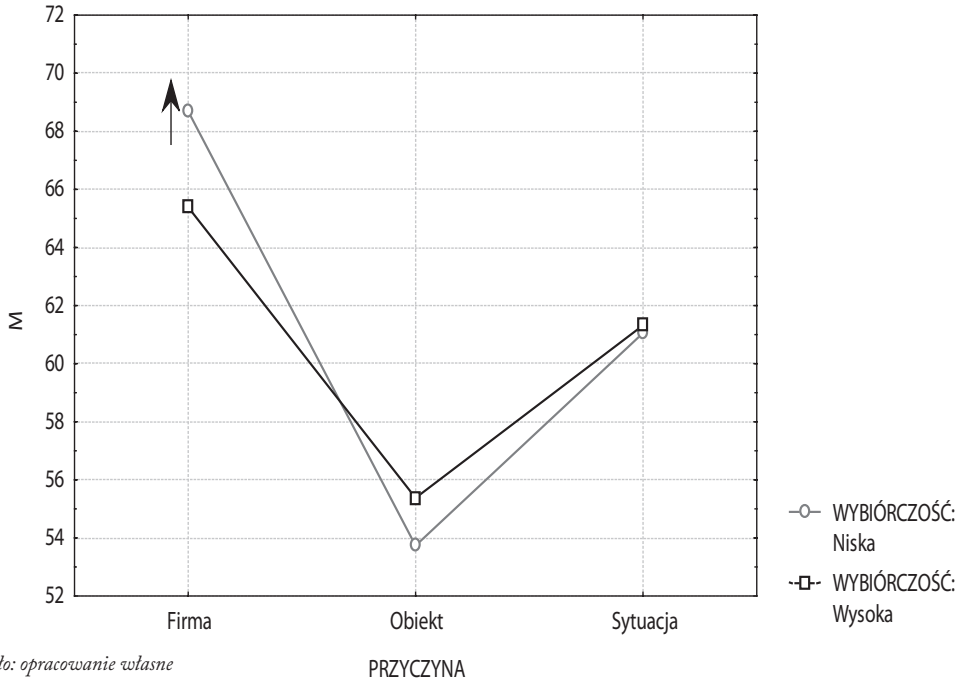
przez firmę nie ma jednoznacznego kierunku wnioskowania o przyczynach sukcesu, natomiast w warunkach wysokiej spójności tychże efektów wyraźnie wzrasta atrybucja sukcesu w kierunku umiejętności firmy bez zmian postrzeganej roli innych potencjalnych przyczyn. Wyniki analiz stanowią zatem potwierdzenie hipotezy H3.3. Zróźnicowanie wielkości efektu w zależności od kontekstu zdarzenia wskazuje na znaczenie posiadanej przed badaniami wiedzy respondenta na dany temat i jej interakcji z manipulacją eksperymentalną (zob. η^2 w Tabeli 1, kolumna Spójność \times Przyczyna).

Informacja na temat wybiórczości efektów działalności firmy wpływała w sposób istotny statystycznie na kierunek atrybucji tylko w 3 na 8 zdarzeń, gdzie stanowiła ona przedmiot manipulacji eksperymentalnej. Udział wyjaśnionej wariancji atrybucji przyczynowej nie przekracza przy tym wartości $\eta^2 = 0,04$. Jak wskazuje sumaryczna ilustracja przedstawiona na Rys. 3, niska

wybiórczość, czyli duża skala sukcesu, zwiększa prawdopodobieństwo przypisania przyczyny sukcesu firmie, częściowo kosztem spadku atrybucji ku obiektowi. Zawężenie sukcesu do wąskiego profilu działalności przedsiębiorstwa powoduje zatem tylko niewielki wzrost atrybucji ku obiektowi, dlatego też hipoteza H3.2 nie znajduje mocnego potwierdzenia w wynikach eksperymentu. Wyjątek stanowi sytuacja zatrudnienia.

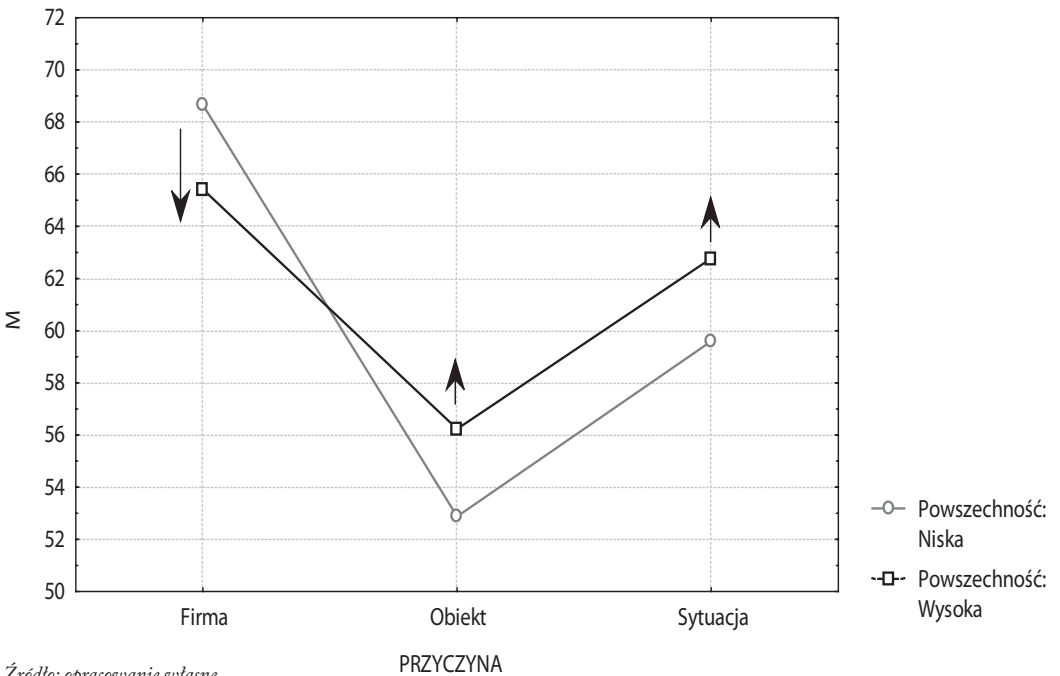
Kolejna z interakcji Powszechność \times Przyczyna ujęta w hipotezach badawczych (H3.1) była istotna statystycznie w 2 na 8 testowanych zdarzeń (zob. Tabela 1). Wpływ informacji o powszechności zdarzenia ma wieloraki wpływ na atrybucję przyczynową nie ograniczając się tylko do tego, o którym jest mowa w hipotezie. Niska powszechność efektów działalności przedsiębiorstwa (tylko dana firma odniosła sukces, a inne firmy nie) sprzyja nie tylko silniejszej tendencji do przypisywania przyczyny sukcesu firmie, lecz także zmniejsza częstotliwość atrybucji zarówno

Rys. 3. Wybiórczość a kierunek atrybucji



Źródło: opracowanie własne

Rys. 4. Powszechność a kierunek atrybucji



Źródło: opracowanie własne

do obiektu jak również do czynników sytuacyjnych (zob. sumaryczną dla ośmiu zdarzeń ilustrację na Rys. 4). Inaczej mówiąc w warunkach niskiej powszechności sukcesu wnioskowanie o możliwych przyczynach zdarzenia przez odbiorcę komunikatu staje się bardziej klarowne i wyraziste w kierunku aktora (firmy). Dotyczy to jednak tylko niektórych kategorii zdarzeń, które stanowią egzemplifikację skutecznej działalności przedsiębiorstw (np. pozyskanie funduszy UE lub uruchomienie nowej linii produkcyjnej).

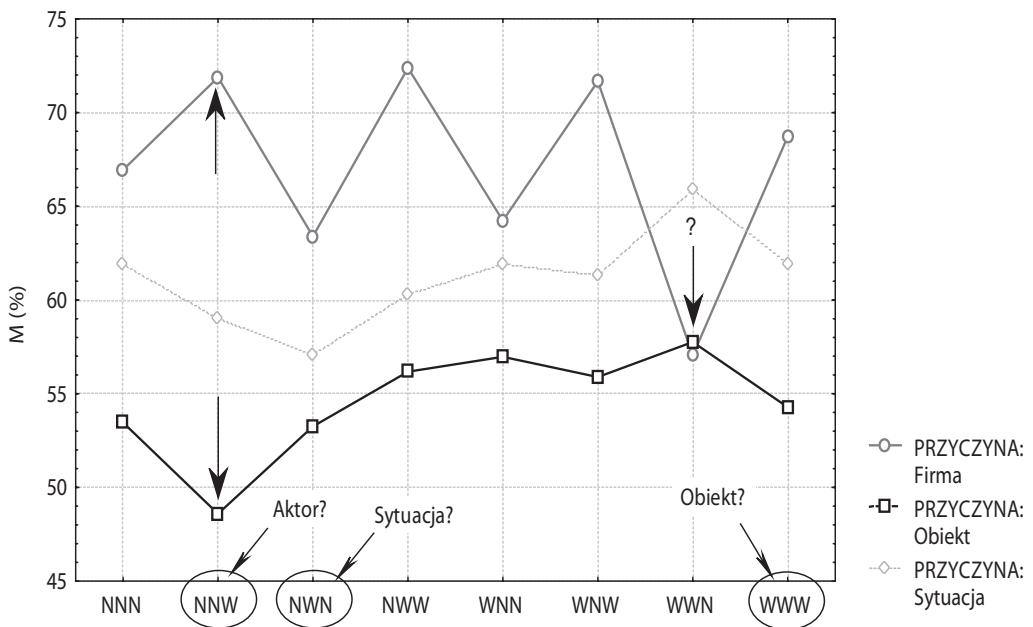
Kolejną wartą rozważenia interakcją z uwagi na liczbę istotnych statystycznie efektów jest Wybiórczość \times Spójność \times Przyczyna (2 na 8 zdarzeń; zob. Tabela 1). Istotą tego efektu był znaczący spadek atrybucji sukcesu firmie w sytuacji niskiej spójności efektów i ich wysokiej wybiórczości, czyli sytuacji, kiedy firma, która wcześniej nie odnosiła sukcesów osiąga sukces w wąskim obszarze swojej działalności. Z kolei najwyższą atrybucję przyczynową ku firmie obserwujemy

w sytuacji wysokiej spójności efektów w czasie i niskiej wybiórczości gdy chodzi o zakres działalności przedmiotowej przedsiębiorstwa. Jest to efekt zgodny z przewidywaniami normatywnego modelu Kelley'a.

Biorąc pod uwagę liczbę statystycznie istotnych efektów oraz ich wielkość, hipoteza H2 znajduje potwierdzenie w wynikach analiz, zgodnie z tą hipotezą informacja na temat spójności wyników ma największe znaczenie w procesie atrybucji przyczyn sukcesów przez zewnętrzne otoczenie. Względnie mniejsze ma natomiast informacja na temat powszechności i wybiórczości działań podejmowanych przez podmioty gospodarcze.

Osobno przetestowano wpływ idealnych układów sześciangu Kelley'a na kierunek atrybucji w modelu 3-czynnikowej analizy wariancji. Ośmiem możliwych kombinacji powszechności \times wybiórczości \times spójności potraktowano jako wartości jednej zmiennej niezależnej „Układ”. Jako pozostałe zmienne niezależne uwzględnio-

Rys. 5. Układy sześciangu Kelley'a a kierunek atrybucji



no w modelu „Rodzaj zdarzenia” (8 wartości) oraz zmienną z pomiarem powtarzanym „Przyczyna” wyznaczającą kierunek atrybucji. Interesujące nas z uwagi na hipotezy H4.1.-H4.3. interakcje Układ \times Przyczyna ($F(14, 3282) = 7,67, p < 0,001, \eta^2 = 0,032$) oraz Zdarzenie \times Układ \times Przyczyna ($F(98, 3282) = 2,08, p < 0,001, \eta^2 = 0,059$) okazały się statystycznie istotne.

Z trzech efektów oczekiwanych zgodnie z sześcianem Kelley’a (i wynikającymi z niego hipotezami), które miały prowadzić do jednoznacznej atrybucji ku firmie (NNW – niska powszechność, niska wybiórczość, wysoka spójność), obiektowi (WWW – wysoka powszechność, wysoka wybiórczość, wysoka spójność) i sytuacji (NWN – niska powszechność, wysoka wybiórczość, niska spójność) potwierdzono tylko jeden (zob. sumaryczną ilustrację na Rys. 5). Układ NNW w największym stopniu na tle innych układów sprzyja atrybucji przyczynowej ku firmie. Wnioski respondentów odbiegały od normatywnych dla idealnych układów typu NWN oraz WWW. Zatem została potwierdzona tylko hipoteza H3.1. W przypadku atrybucji sukcesów przedsiębiorstw wykryto natomiast inny układ sprzyjający atrybucji ku czynnikom sytuacyjnym. Jest to kombinacja WWN (wysoka powszechność, wysoka wybiórczość, niska spójność) stanowiąca odbicie zwierciadlane układu NNW. Jednoznaczność kierunku atrybucji w tym układzie stwierdzono w 4 spośród 8 zdarzeń. Inną cechą charakterystyczną tego układu jest to, że on najmniej predysponuje osobę do atrybucji ku firmie (WWN: wszystkie firmy osiągnęły podobny sukces, danej firmie zdarzyło się to po raz pierwszy oraz dotyczył on wąskiego obszaru jej działalności).

5. Dyskusja

Podsumowując uzyskane wyniki badań nad procesem atrybucji przyczynowej w sytuacji odniesienia przez firmę sukcesu należy przede

wszystkim odnotować obecność silnej tendencji znanej w literaturze przedmiotu pod nazwą podstawowy błąd atrybucji lub błąd korespondencji (Fösterling 2005). Jego istotą jest nadmierna skłonność do przypisywania przyczyny zdarzenia aktorowi. Dodatkowo biorąc pod uwagę wcześniejsze badania nad procesami atrybucji w sytuacji kryzysowej (Gorbaniuk i Długoborska 2010) możemy stwierdzić, że zarówno w sytuacji porażki i sukcesu istnieje wyraźna tendencja do przypisywania odpowiednio porażki lub sukcesu firmie. Ta tendencja może być modyfikowana (nasilana lub pomniejszana) poprzez sposób komunikowania danego zdarzenia oraz wcześniejszą wiedzę respondentów na temat danego typu zdarzenia.

Spośród pozostałych informacji najistotniejszą jest ta o spójności/stałości sukcesów lub porażek w przeszłości. Najczęściej prowadzi to do atrybucji wewnętrznej, a więc przypisania stałej właściwości firmie, zmieniając jej wizerunek i reputację. Stwierdzono także, że powszechność zmniejsza atrybucję ku firmie, a zwiększa ku czynnikom sytuacyjnym i przedmiotowi działalności. Odnoszenie sukcesu wtedy, kiedy go osiągają inni, jest mało diagnostyczne dla oceny kompetencji firmy. Z kolei niska wybiórczość (szeroki zakres przedmiotowy sukcesu) zwiększa częstotliwość upatrywania przyczyny w firmie. Zatem wyniki potwierdziły hierarchię ważności w atrybucji przyczynowej trzech rodzajów informacji z modelu Kelley’a, która została stwierdzona w kontekstach niezwiązanych z interpretacją działalności przedsiębiorstw (por. Kassin 1979; Szmajke 1984).

Warto jednak odnotować, że na tle spójności/powtarzalności pozytywnych wyników informacja na temat powszechności sukcesu lub jego wybiórczość w przypadku firmy ma mniejsze znaczenie i nabiera na sile dopiero w określonym kontekście, który wnosi rodzaj zdarzenia, aktywizując najprawdopodobniej zakodowaną w pamięci odbiorcy komunika-

tu wiedzę na temat tego zdarzenia, w tym też jego typowości oraz utrwalone skrypty wnioskowania na temat przyczyn tego typu zdarzeń niezależnie od zawartych w komunikacie medialnym informacji na temat powszechności i wybiórczości osiągniętych efektów przez przedsiębiorstwo. Potwierdza to wstępna analiza komunikatów medialnych, wykonana w trakcie przygotowania sytuacji eksperymentalnych na potrzeby relacjonowanych badań: sposób konstruowania newsów w mediach obciążony jest stereotypowymi schematami rozumowania. Problem polega nie tylko na tym, że najczęściej kierunek atrybucji jest założony w konstrukcji informacji i podawany jako gotowy „na tacy” odbiorcy komunikatu. Taki sposób formułowania komunikatów utrwala podstawowy błąd atrybucji. Inną ważną obserwacją, która wymaga poważniejszych studiów nad konstrukcją wiadomości telewizyjnych, internetowych, radiowych i prasowych, jest zakłócona proporcja informacji na temat spójności, powszechności i wybiórczości opisywanych w nich zachowań, co z punktu widzenia normatywnego utrudnia odbiorcy komunikatu wyciągnięcie logicznie poprawnych wniosków na temat prawdziwej przyczyny zdarzeń.

Na podstawie wyników badań można wyróżnić dwa układy, które w sposób względnie jednoznaczny ukierunkowują proces atrybucji przyczynowej sukcesu: (1) niska powszechność, niska wybiórczość, wysoka spójność (NNW) oraz (2) wysoka powszechność, wysoka wybiórczość, niska spójność osiągniętych wyników (WWN). Można je traktować jako idealne układy w ramach opisowego modelu atrybucji przyczynowej sukcesu odpowiednio ku firmie i czynnikom sytuacyjnym. Przy czym pierwszy zbieżny jest z normatywnym modelem Kelley'a i znajduje potwierdzenie również w procesie atrybucji przyczynowej porażki (por. Gorbaniuk i Długoborska 2010), natomiast drugi ma status indukcyjny i jest charakterystyczny wyłącznie

dla procesu wnioskowania o przyczynach sukcesu przedsiębiorstwa.

Rozważając uzyskane wyniki badań z perspektywy ich wartości aplikacyjnej dla praktyki marketingowej, podczas konstruowania sponsorowanych komunikatów upowszechniających informację o sukcesach firmy należy wielokrotnie podkreślać fakt odnoszenia podobnych sukcesów przez firmę w przeszłości (o ile takowe miały miejsce), ponieważ systematyczność wyników sprzyja spostrzeganiu firmy jako głównego czynnika sprawczego, a w konsekwencji sprzyja też atrybucji pozytywnych cech. Jeżeli osiągnięte przez firmę wyniki wyróżniają się na tle konkurencji oraz dotyczą szerokiego zakresu jej działalności, zwrócenie uwagi na te fakty znacząco zwiększy prawdopodobieństwo przypisania sukcesu przedsiębiorstwu. W przypadku braku stałości w osiąganiu wyników, wysokiej ich powszechności w danej branży lub zawężenia zakresu przedmiotowego sukcesu tych informacji nie należy podawać w komunikatach promujących przedsiębiorstwo. Z kolei z punktu widzenia rzetelności dziennikarskiej istotne jest podanie pełnej struktury komunikatu aby dostarczyć przynajmniej teoretycznie czytelnikom najważniejsze przesłanki do poprawnej atrybucji przyczynowej.

Z punktu widzenia metodologicznego ważną w przekonaniu autorów cechą zrealizowanych badań jest testowanie procesu atrybucji przyczynowej na przykładzie wielu zdarzeń. Zwiększa to trafność ekologiczną eksperymentów oraz zakres generalizacji przedmiotowej wyników badań, pozwalając uniknąć przypadkowych efektów czynników nie ujmowanych przez model. Wystarczy wyobrazić sobie badanie oparte wyłącznie na pojedynczym rodzaju sukcesu, np. „Fundusze UE”. Stwierdzono by wówczas trzy statystycznie istotne efekty, z których dwa mają wtórne znaczenie dla procesu wnioskowania przyczynowego (por. Tabela 1). W kontekście generalizacji przedmio-

towej i zwiększenia wartości aplikacyjnych wyników badań nie rozstrzygniętą kwestią pozostaje rola medium przekazu informacji (np. TV, radio, Internet, prasa), które różnią się między sobą z uwagi na perswazyjność komunikatu i jego rozumienie przez odbiorcę, co może stanowić przedmiot dalszych badań.

Mimo że w dotychczasowych badaniach przedmiotem testowania modelu Kelley'a były zarówno sytuacje sukcesu (niniejszy artykuł) i porażki (Gorbaniuk i Długoborska 2010), nie możemy niczego powiedzieć o efekcie symetrii/asymetrii atrybucji sukcesów i porażek, ponieważ te procesy nie były jednocześnie testowane w ramach tych samych badań, na podstawie równoważnych grup i na przykładzie symetrycznie skonstruowanych sytuacji eksperymentalnych. Zatem istnieje potrzeba przeprowadzenia niezależnych badań, gdzie dodatkową zmienną niezależną byłaby „wartościowość skutku”, czyli porażka vs. sukces.

Z punktu widzenia badań nad percepcją społeczną istotnymi wymiarami zróżnicowania sukcesów i porażek są ładunki moralności i kompetencji w nich zawarte, a co za tym idzie inicjacja oceny danego wydarzenia na wymiarach wspólnotowości i sprawczości, które są zaliczane do podstawowych w postrzeganiu innych (por. Wojciszke 2010). Zatem należy dokonać ich odpowiedniej operacjonalizacji w postaci selekcji zdarzeń, które reprezentowałyby krańce wymiarów wspólnotowości i sprawczości.

Ważnym uzupełnieniem perspektywy szeregowych obserwatorów, którzy są jednocześnie uczestnikami rynku w roli konsumentów, która została uwzględniona w dotychczasowych badaniach własnych, jest poznanie specyfiki interpretacji zdarzeń z udziałem przedsiębiorstw przez inne grupy podmiotów. Do ważnych zewnętrznych grup obserwatorów z uwagi na wizerunek przedsiębiorstwa, których sposób rozumowania przyczynowego może stanowić

potencjalny przedmiot badań, należy zaliczyć m.in. akcjonariuszy spółek, inwestorów giełdowych, sprzedawców hurtowych i detalicznych oraz dziennikarzy. Wśród wewnętrznych grup należy wyróżnić przede wszystkim szczebel decyzyjny oraz pozostałych pracowników zatrudnionych w przedsiębiorstwach. O ile wnioskowanie przyczynowe menadżerów stanowi względnie częsty przedmiot badań, to brakuje komplementarnych badań wśród załóg tychże przedsiębiorstw. Stanowią oni nie tylko ważne źródło informacji na temat kondycji przedsiębiorstw dla zewnętrznych obserwatorów (w tym mediów), lecz także są często bezpośrednio zaangażowani w wydarzenia o niejednokrotnie fatalnych skutkach jak w przypadku strajków. Przykładem może być kilkudniowy strajk pod koniec października 2011 roku pracowników australijskich linii lotniczych Qantas protestujących przeciwko restrukturyzacji firmy, który spowodował bezpośrednie straty w wysokości ponad 100 mln USD i wielomilionowe straty pośrednie związane z koniecznością odbudowy wizerunku przedsiębiorstwa wśród klientów krajowych i zagranicznych.

Na koniec warto wspomnieć o ograniczeniach badań własnych. Wprawdzie zrobiono szereg kroków w kierunku wzrostu reprezentatywności przedmiotowej badań, jednocześnie reprezentatywność podmiotowa wyników badań jest ograniczona, ponieważ badaniami objęto wyłącznie młodzież studiującą. Dopiero badania próby o pełnej reprezentacji wiekowej i zróżnicowanym wykształceniu pozwolą z dużą pewnością generalizować prawidłowości stwierdzone w badaniach na całą populację, co może stanowić inspirację do przyszłych badań nad procesami atrybucji przyczynowej skutków aktywności podmiotów gospodarczych w Polsce i poza jej granicami.

Literatura cytowana

- Alsop, R. J. (2004), *Corporate reputation: anything but superficial – the deep but fragile nature of corporate reputation*, *Journal of Business Strategy*, 25(6), s. 21-30.
- Bettman, J. R. i Weitz, B. A. (1983), *Attributions in the board room: causal reasoning in corporate annual reports*, *Administrative Science Quarterly*, 28(2), s. 165-183.
- Borgida, E. i Brekke, N. (1981), *The base rate fallacy in attribution and prediction*, W: J. Harvey, W. Ickes, R. Kidd (red.), *New directions in attribution research*, t.3 (s. 63-95). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Cheng, P. W. (1997), *From covariation to causation: A causal power theory*, *Psychological Review*, 104(2), s. 367-405.
- Czapiński, J. (1988), *Wartościowanie – efekt negatywności. O naturze realizmu*, Wrocław: Ossolineum.
- De Cremer, D. (2000), *Effect of group identification on the use of attributions*, *Journal of Social Psychology*, 140(2), s. 267-269.
- Downing, C. J., Sternberg, R. J. i Ross, B. H. (1985), *Multicausal inference: Evaluation of evidence in causally complex situations*, *Journal of Experimental Psychology: General*, 114(2), s. 239-263.
- Einhorn, H. J. i Hogarth, R. M. (1986), *Judging probable cause*, *Psychological Bulletin*, 99(1), s. 3-19.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C. i Glick, P. (2007), *Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence*, *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), s. 77-83.
- Försterling, F. (1989), *Models of covariation and attribution: How do they relate to the analogy of analysis of variance?* *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4), s. 615-625.
- Försterling, F. (2005), *Atrybucje. Podstawowe teorie, badania i zastosowanie*. Gdańsk: GWP.
- Gořbaniuk, O. i Długoborska, J. (2010), *Atrybucja przyczyn sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwach*, *Roczniki Psychologiczne*, 13(2), s. 101-124.
- Gronhaug, K. i Falkenberg, J. S. (1994), *Success attributions within and across organizations*. *Journal of European Industrial Training*, 18(11), s. 22-29.
- Heider, F. (1958), *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Hewstone, M. (1990), *The 'ultimate attribution error'? A review of the literature on intergroup causal attribution*, *European Journal of Social Psychology*, 20(4), s. 311-335.
- Hewstone, M. i Jaspars, J. (1983), *A re-examination of the roles of consensus, consistency and distinctiveness: Kelley's cube revised*, *British Journal of Social Psychology*, 22(1), s. 41-50.
- Hewstone, M. i Jaspars, J. (1987), *Covariation and causal attribution: A logical model of the intuitive analysis of variance*, *Journal of Personality Social Psychology*, 53(4), s. 663-672.
- Hilton, D. J. i Slugoski, B. R. (1986), *Knowledge-based causal attribution: The abnormal conditions focus model*, *Psychological Review*, 93(1), s. 75-88.
- Kassin, S. M. (1979), *Consensus information, prediction, and causal attribution: A review of the literature and issues*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), s. 1966-1981.
- Kelley, H. H. (1967), *Attribution theory in social psychology*, W: D. Levine (red.), *Nebraska symposium on motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kelley, H. H. (1973), *The process of causal attribution*, *American Psychologist*, 28(2), s. 107-128.
- Kruglanski, A. W. i Ajzen, I. (1983), *Bias and error in human judgment*, *European Journal of Social Psychology*, 13(1), s. 1-44.
- Lachowicz-Tabaczek, K. (2004), *Potoczne koncepcje świata i natury ludzkiej*. Gdańsk: GWP.
- Lewicka, M. (1993), *Aktor czy obserwator. Psychologiczne mechanizmy odchyień od racjonalności w myśleniu potocznym*, Warszawa-Olsztyn: Pracownia Wydawnicza PTP.
- Li, F. (2010), *Managers' self-serving attribution bias and corporate financial policies*, University of Michigan: working paper.
- Martinko, M. J. (1999), *Culture and expatriate failure: an attributional explication*, *International Journal of Organizational Analysis*, 7(3), s. 265-294.
- Martinko, M. J., Douglas, S. C. i Harvey, P. (2006), *Attribution theory in industrial and organizational psychology: A review*, W: G. P. Hodgkinson, J. K. Ford (red.), *International review of industrial and organizational psychology* (t.21, s. 127-187). Hoboken, NJ, US: Wiley Publishing.

- McArthur, L. A. (1972), *The how and what of why: some determinants and consequences of causal attribution*, Journal of Personality and Social Psychology, 22(2), s. 171-193.
- Medcof, J. W. (1990), *PEAT: An integrative model of attribution processes*, Advances in Experimental Social Psychology, 23, s. 111-210.
- Montgomery, H. (1998), *Decision making and action: The search for a dominance structure*, W: M. Kofta, G. Weary, G. Sędek, (red.), Personal control in action: Cognitive and motivational mechanisms (s. 279-298). New York, NY, US: Plenum Press.
- Nisbett, R. E. i Borgida, E. (1975), *Attribution and the psychology of prediction*, Journal of Personality and Social Psychology, 32(5), s. 932-943.
- Orvis, B. R., Cunningham, J. D. i Kelley, H. H. (1975), *A closer examination of causal inference: The roles of consensus, distinctiveness, and consistency information*, Journal of Personality and Social Psychology, 32(4), s. 605-616.
- Pruitt, D. J. i Insko, C. A. (1980), *Extension of the Kelley attribution model: The role of comparison-object consensus, target-object consensus, distinctiveness, and consistency*, Journal of Personality and Social Psychology, 39(1), s. 39-58.
- Reeder, G. D. i Brewer, M. B. (1979), *A schematic model of dispositional attribution in interpersonal perception*, Psychological Review, 86(1), s. 61-79.
- Reeder, G.D., Vonk, R., Ronk, M. J., Ham, J. i Lawrence, M. (2004), *Dispositional attribution: multiple inferences about motive-related traits*, Journal of Personality and Social Psychology, 86(4), s. 530-544.
- Renkema, J. i Hoeken, H. (1998), *The influence of negative newspaper publicity on corporate image in the Netherlands*, The Journal of Business Communication, 35(4), s. 521-535.
- Salancik, G. R. i Meindl, J. R. (1984), *Corporate attributions as strategic illusions of management control*, Administrative Science Quarterly, 29(2), s. 238-254.
- Sjovall, A. i Talk, A. (2004), *From actions to impressions: cognitive attribution theory and formation of corporate reputation*, Corporate Reputation Review, 7(3), s. 269-281.
- Staw, B. M., McKechnie, P. I. i Puffer, S. M. (1983), *The justification of organizational performance*, Administrative Science Quarterly, 28(4), s. 582-600.
- Szmajke, A. (1984), *Oddziaływanie informacji o stopniu dysfunktywności i interpersonalnej powszechności zachowania na dokonywanie atrybucji przyczynowej. Teoria atrybucji H. H. Kelley'a w świetle badań empirycznych*, Przegląd Psychologiczny, 27(1), s. 125-147.
- Tillman, W. S. i Carver, C. S. (1980), *Actors' and observers' attributions for success and failure: A comparative test of predictions from Kelley's cube self-serving biases, and positivity bias*, Journal of Experimental Social Psychology, 16(1), s. 18-32.
- Tsang, E. W. K. (2002), *Self-serving attributions in corporate annual reports: a replicated study*, Journal of Management Studies, 39(1), s. 51-65.
- Tucker, L. i Melewar, T. C. (2005), *Corporate reputation and crisis management: the threat and manageability of anti-corporatism*, Corporate Reputation Review, 7(4), s. 377-387.
- Watson, D. (1982), *The actor and the observer: how are their perceptions of causality divergent*, Psychological Bulletin, 92(3), s. 682-700.
- Wojciszke, B. (2005), *Morality and competence in person and self-perception*, European Review of Social Psychology, 16(5), s. 155-188.
- Wojciszke, B. (2010), *Sprawczość i wspólnotowość. Podstawowe wymiary spostrzegania społecznego*. Gdańsk: GWP.
- Zuckerman, M. (1979), *Attribution of success and failure revisited: or The motivational bias is alive and well in attribution theory*, Journal of Personality, 47(2), s. 245-287.

Forecasting strategies and propensity towards risk among stock market investors

Abstract

This study tests the effectiveness of two popular investment strategies: momentum and contrarian. The research was conducted on an individual level, separately for buying (opening investment positions) and selling (closing investment positions). The results confirmed that a momentum investment strategy is more effective than a contrarian one for position opening; it brings higher return with a lower risk. It has been also shown that, along with the growth of the tendency to use a contrarian strategy, the propensity towards risk increases, but significant results are obtained by econometric measures of risk (VaR) while position opening and by psychological measures of risk while position closing. This result is an additional argument in the discourse, that pertains to the differences between processes of opening and closing investment position.

Key words: *momentum and contrarian investment strategies, risk measurement (financial and psychological perspective).*

Elżbieta Kubińska
 Katedra Rynków Finansowych
 Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
 ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków
 e-mail: kubinska@uek.krakow.pl

Łukasz Markiewicz
 Katedra Psychologii Ekonomicznej
 Akademia Leona Koźmińskiego
 ul. Jagiellońska 57/59, 03-301 Warszawa
 e-mail: lmarkiewicz@kozminski.edu.pl

3

Strategie prognostyczne a preferencja ryzyka u inwestorów giełdowych

Streszczenie¹

Poniższy artykuł sprawdza efektywność popularnych strategii prognostycznych: momentum i kontrariańskiej. Badania przeprowadzono na poziomie indywidualnym (mierząc skłonność każdego inwestora do stosowania danej strategii), osobno dla strategii stosowanych podczas składania zleceń kupna (otwierania pozycji długiej) oraz sprzedaży (zamykania pozycji długiej). Uzyskane wyniki wskazują, że strategia momentum jest bardziej efektywna niż strategia kontrariańska stosowana podczas zleceń kupna, dając wyższą stopę zwrotu przy mniejszym ryzyku. Wykazano również, że wraz ze wzrostem tendencji do stosowania strategii kontrariańskiej rośnie u inwestorów preferencja ryzyka, przy czym podczas otwierania pozycji związek ten dotyczy ekonometrycznych miar preferencji ryzyka (VAR), a podczas zamykania – miar psychologicznych. Zróznicowanie to stanowi dodatkowy argument w dyskursie poświęconym odmienności psychologicznych procesów związanych z otwieraniem i zamykaniem pozycji.

Słowa kluczowe: *strategie inwestycyjne momentum i kontrariańska, pomiar ryzyka w ujęciu psychologii i finansów*

1 Badanie sfinansowane dzięki środkom z grantu N N113 308338

1. Wstęp

Przeszłe notowania akcji mają znaczny wpływ na decyzje inwestorów o kupnie lub sprzedaży walorów, chociaż racjonalni inwestorzy - wierzący w hipotezę efektywności rynku - nie powinni kierować się historycznymi zmianami cen (Fama, 1970). Heath, Huddart i Lang (1999) zauważają, że reakcja inwestorów na zmiany cen jest bardzo trudna do wytlumaczenia za pomocą standardowych modeli finansów. O powszechności wiary w trendy świadczą przysłowia (Sheimo, 2005) krążące na rynkach kapitałowych (np. „trend jest twoim przyjacielem” lub „drzewa nie rosną do nieba”) a także analizy rzeczywistych transakcji giełdowych (Choe, Kho, Stulz, 1999; De Bondt, Thaler, 1985; Dhar, Kumar, 2001; Goetzmann, Massa, 2002; Grinblatt, Keloharju, 2000, 2001; Odean, 1999). Wiara inwestorów w zależność między przeszłymi a przyszłymi zmianami cen jest wzmocniana dodatkowo poprzez stosowanie narzędzi analizy technicznej, pomimo braku udowodnienia jej skuteczności (Fama, 1995; Zielonka, 2004).

Badania w dziedzinie psychologii (Gilovich, Vallone, Tversky, 1985) potwierdzają skłonność jednostek do poszukiwania wzorców w sekwencjach wartości oraz do tworzenia bardzo silnych przekonań odnośnie kolejnych wyników¹. Jedni wierzą, że trend się odwróci, tak jak w przypadku osób ulegających pułapce gracza (ang. gambler fallacy), podczas gdy inni – obserwując ten sam ciąg zdarzeń - wierzą w kontynuację trendu, ulegając efektowi dobrej passy (ang. hot hand fallacy; Kahneman, Tversky, 1973; Tversky, Kahneman, 1971). Skłonność ta tłumaczy powszechność wiary w trendy na rynkach finansowych, pomimo braku racjonalnych przesłanek. Obserwując ten sam zapis historycznych

notowań, jedni inwestorzy uważają, że trend będzie kontynuowany w następnych dniach – takich inwestorów nazywamy inwestorami momentum, z kolei inni uważają, że trend się odwróci – ich określamy mianem kontrarian. Badania wskazują, iż dyspozycja ta pozostaje stała w czasie i jest typowa dla danego inwestora (Dhar, Kumar, 2001; Goetzmann, Massa, 2002; Grinblatt, Keloharju, 2000).

Niejednokrotnie zadawano sobie pytanie, który styl inwestowania dominuje na rynkach finansowych, momentum czy kontrarian? De Bondt eksperymentalnie wykazał, że inwestorzy profesjonalni stosują głównie strategię kontrariańską, podczas gdy inwestorzy indywidualni preferują raczej strategię momentum (De Bondt, 1991, 1993). Tymczasem badania oparte o analizę zapisów transakcji giełdowych wskazują na odmienną preferencję: inwestorzy profesjonalni zdają się stosować głównie strategię momentum (Choe, et al., 1999; Grinblatt, Keloharju, 2000, 2001; Grinblatt, Titman, Wermers, 1995), a w przypadku inwestorów indywidualnych zaobserwowano niejednokrotnie stosowanie strategii kontrariańskiej (Dhar, Kumar, 2001; Goetzmann, Massa, 2002; Grinblatt, Keloharju, 2000, 2001; Kubińska, Markiewicz, 2008; Kubińska, Markiewicz, Tyszcza, w druku; Odean, 1999).

W niniejszym artykule porównano style inwestycyjne inwestorów stosujących strategię momentum lub kontrariańską, osobno dla transakcji kupna i sprzedaży. Sprawdzono również, jaki wpływ na końcowy wynik portfela miała obrona strategii prognostycznej. Głównym motywem prowadzonych rozważań pozostaje jednak zależność między tendencją do stosowania strategii kontrariańskiej a preferencją ryzyka. Brak jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, która strategia inwestycyjna dominuje wśród inwestorów, sugeruje, że badania powinny być prowadzone na poziomie indywidualnym. Nie jest zatem przedmiotem rozważań, czy badana

¹ porównaj przegląd badań zawarty w publikacji Oskarsson, Van Boven, McClelland i Hastie (2009)

populacja inwestorów to momentowcy lub kontrarianie, ale raczej określenie strategii każdego typu inwestora w badanej populacji i wskazanie istniejących powiązań. W przyjętym podejściu zwrócono szczególną uwagę na rozróżnienie między otwieraniem i zamykaniem pozycji ze względu na jakościowe różnice w charakterze obu decyzji.

Opis próby badawczej, będącej podstawą przeprowadzonych analiz, znajduje się w rozdziale 2. Sposób mierzenia tendencji do stosowania danej strategii prognostycznej został opisany w rozdziale 3. W rozdziale 4. obok klasycznych miar ekonometrycznych ryzyka, takich jak odchylenie standardowe stóp zwrotów oraz wartość narażona na ryzyko, wprowadzono miary psychologiczne – kwestionariusz opracowany przez Weber i współpracowników (Weber, Blais, Betz, 2002), wskazujący na dwa odrębne czynniki ryzyka finansowego: ryzyko inwestycyjne oraz ryzyko związane z hazardem. Rozdział 5. zawiera wyjaśnienie postulowanego związku między stosowaną strategią prognostyczną a preferencją ryzyka. W rozdziale tym zwracamy również uwagę na konieczność prowadzenia analiz osobno dla transakcji kupna i transakcji sprzedaży. W rozdziale 6. zaprezentowano wyniki dotyczące różnic indywidualnych między inwestorami stosującymi strategię

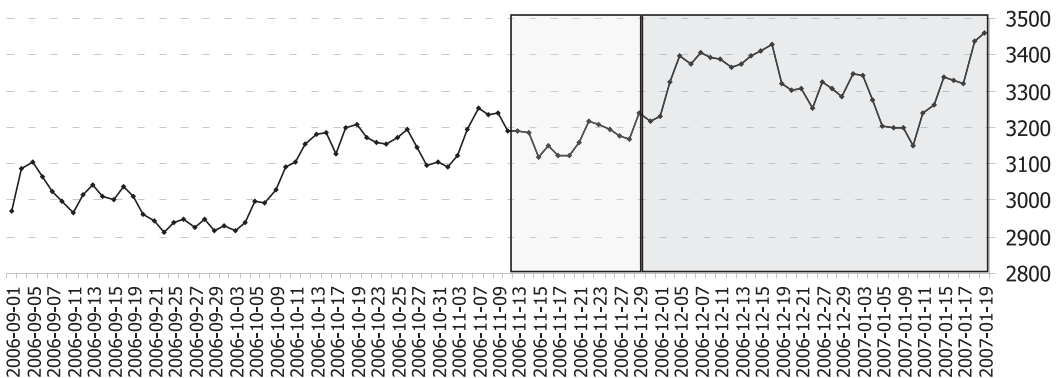
momentum lub kontrariańską, osobno podczas otwierania pozycji i zamykania pozycji oraz zależność między stosowaną strategią prognostyczną a preferencją ryzyka mierzoną za pomocą miar psychologicznych i ekonometrycznych. Rozdział 7. stanowi zakończenie.

2. Opis gry giełdowej.

Podstawą analiz zaprezentowanych w niniejszym artykule jest zapis transakcji internetowej gry giełdowej dla studentów, zorganizowanej na przełomie 2006 i 2007 roku przez spółkę Parkiet. Uczestnicy mogli zgłaszać się do konkursu od 2 do 30 listopada 2006 i w tym czasie zgłosiło się 5'957 osób. Rozpoczęcie gry miało miejsce 13 listopada 2006 roku. Gra toczyła się we wszystkie dni sesyjne, do 19 stycznia 2007 włącznie. Osoby, które zapisały się najwcześniej, uczestniczyły w grze przez 47 dni sesyjnych, natomiast osoby, które zapisały się najpóźniej, mogły składać zlecenia tylko przez 33 dni. Rysunek 1. przedstawia wartość indeksu WIG20 w trakcie trwania gry oraz wartość indeksu z dwóch miesięcy przed dniem rozpoczęcia zapisów.

Każdy z graczy otrzymał wirtualną kwotę 100'000 zł, którą mógł inwestować tylko w spółki wchodzące w skład indeksu WIG20.

Rysunek 1. Wartość indeksu giełdowego WIG20.



Spośród $N=5'957$ osób, które zgłosiły się do konkursu, $N=3'897$ wykonało przynajmniej jedną transakcję, i te osoby będziemy dalej określać mianem „próby”. Zgodnie z regulaminem konkurs był przeznaczony tylko dla studentów uczelni wyższych. W związku z tym uczestnicy gry to osoby młode - średni wiek gracza wynosił 23 lata. Wśród uczestników większość (81%) próby to mężczyźni. Uczestnicy gry, prawdopodobnie ze względu na krótki horyzont inwestycyjny, byli bardzo aktywni - średni obrót stanowił w przybliżeniu sześciokrotność kapitału początkowego. Transakcje kupna i sprzedaży były obciążone prowizją podobną do obowiązującej w przypadku internetowych rachunków inwestycyjnych i wynoszącą 5% wartości zlecenia. Analiza portfeli inwestycyjnych na koniec gry wskazała, że uczestnicy symulacji średnio stracili 2% początkowej sumy, przy czym maksymalny zysk wyniósł 47%, a maksymalna strata -64%. W tym czasie, jak widać na Rysunku 1., indeks WIG wzrósł od 7% do 11%, w zależności od daty przystąpienia do gry.

Przedmiotem analiz były dwa zbiory danych. Pierwszy to udostępniony przez organizatora gry zapis 121'278 transakcji. Dla każdej transakcji podany był numer gracza, typ transakcji (otwarcie/ zamknięcie), rodzaj transakcji (pozycja długa/ krótka), nazwa waloru, ilość akcji, cena jednostkowa akcji, wartość całej transakcji. Dodatkowo podana była data zlecenia, data ważności transakcji oraz data zrealizowania transakcji. Pierwszy zbiór danych stał się podstawą analiz dotyczących decyzji inwestycyjnych graczy. Oprócz decyzji mogliśmy badać również skład portfela, jego ryzyko za pomocą miar ekonometrycznych, itd. Drugi zbiór danych powstał w wyniku badania ankietowego CAWI przeprowadzonego w końcowym etapie gry wśród uczestników (Markiewicz, Weber, w druku). Jego uczestnicy ($N=633$ osoby) wypełnili ankietę (wskaźnik uczestnictwa 16.4%),

w której skład wchodził między innymi kwestionariusz preferencji ryzyka w określonych obszarach życia (Weber, et al., 2002): Domain Specific Risk Taking (DOSPERT) oraz pytania metryczkowe. Zebrane odpowiedzi stały się podstawą badania psychologicznych aspektów związanych z inwestowaniem oraz podejmowaniem ryzyka przez uczestników gry. Zebranie tych dwóch zbiorów danych pozwala na efektywną weryfikację hipotez z dziedziny finansów behawioralnych i psychologii inwestowania.

3. Pomiar tendencji do stosowania strategii kontrariańskiej.

Strategie inwestycyjne momentum i kontrariańska, często też określane mianem strategii prognostycznych, dotyczą podejmowania decyzji inwestycyjnych na podstawie oczekiwań co do obserwowanego trendu. Ze strategią kontrariańską mamy do czynienia, gdy inwestor:

- kupuje akcje spółek ostatnio taniejących, licząc na wzrost kursu (strategia kontrariańska na otwarciu pozycji),
- sprzedaje posiadane akcje podczas ich trendu wzrostowego, przewidując spadek kursu (strategia kontrariańska na zamknięciu pozycji).

Postępowanie zgodne ze strategią kontrariańską ujawnia zatem wiarę w odwrócenie istniejących trendów. Z kolei strategia momentum wskazuje na wiarę w kontynuację trendu i ujawnia się poprzez:

- kupno akcji spółek będących w trendzie rosnącym, gdy inwestor liczy na dalszy wzrost kursu (strategia momentum na otwarciu pozycji),
- sprzedaż posiadanych akcji podczas ich trendu spadkowego, gdy inwestor przewiduje kontynuację tendencji spadkowej

(strategia momentum na zamknięciu pozycji).

Aby zbadać skłonność do stosowania strategii kontrariańskiej, dla każdej decyzji kupna i sprzedaży podjętej przez uczestników w trakcie trwania gry, sprawdzono, jaki wystąpił ostatnio trend w przypadku akcji będącej przedmiotem transakcji. Podążając za Tyszka, Zielonka, Dacey i Sawicki (2008), skupiliśmy się tylko na lokalnych zależnościach, badając zmiany cen akcji z dnia na dzień. Do każdej transakcji przypisano liczbę oznaczającą długość zaobserwowanego trendu mierzoną w dniach sesyjnych. Wartość dodatnia oznacza, że od danej liczby dni obserwujemy trend rosnący, a wartość ujemna, że mamy do czynienia z trendem malejącym. Uzyskane dane pozwoliły stwierdzić, że wśród uczestników gry giełdowej dominuje postawa kontrariańska zarówno na otwarciu jak i na zamknięciu pozycji (Kubińska, Markiewicz, 2008).

Celem zbadania indywidualnych skłonności do stosowania strategii kontrarian i momentum wyznaczyliśmy dwa indeksy:

- indeks natężenia postawy kontrariańskiej w przypadku decyzji kupna (oznaczony dalej $K_{\text{otwieranie}}$)

$$K_{\text{otwieranie}} = \frac{\text{liczba otwieranych pozycji długich podczas spadków cen}}{\text{liczba otwieranych pozycji długich podczas spadków i wzrostów łącznie}}, \quad (1)$$

- indeks natężenia postawy kontrariańskiej w przypadku decyzji sprzedaży (oznaczony dalej $K_{\text{zamykanie}}$)

$$K_{\text{zamykanie}} = \frac{\text{liczba zamykanych pozycji długich podczas wzrostów cen}}{\text{liczba zamykanych pozycji długich podczas spadków i wzrostów łącznie}}, \quad (2)$$

W obu przypadkach indeks może przyjmować wartości między 0 a 1, przy czym: im większa wartość indeksu, tym większa skłonność do stosowania strategii kontrariańskiej.

4. Finansowe i psychologiczne miary ryzyka.

Zgodnie z klasyczną teorią decyzji ryzyko jest rozumiane jako wariancja rozkładu zysków i strat – im większy rozrzut wokół wartości oczekiwanej, tym większe ryzyko. Teoria portfelowa Markowitza (1952, 1959) systematyzuje ilościowe, ekonometryczne podejście do mierzenia ryzyka w finansach. Zgodnie z tą teorią, żeby zmierzyć ryzyko portfeli utworzonych przez uczestników gry, należy wyznaczyć odchylenie standardowe stóp zwrotu. Odchylenie standardowe stóp zwrotu portfela w dniu t ($t=1,2,\dots,47$), oznaczone przez σ_p^t , wyznaczamy na podstawie wzoru:

$$\sigma_p^t = \sqrt{\sum_{j=1}^{20} (\sigma_j^t w_j^t)^2 + \sum_{\substack{i,j=1 \\ i \neq j}}^{20} \sigma_{i,j}^t w_i^t w_j^t}, \quad (3)$$

gdzie w_j^t to udział j -tej spółki w portfelu, σ_j^t odchylenie standardowe historycznych stóp zwrotu spółki j ($j=1,2,\dots,20$), $\sigma_{i,j}^t$ współczynniki kowariancji dla dowolnej pary spółek i,j wyznaczone w dniu t . Estymatory σ_j^t $\sigma_{i,j}^t$ zostały wyznaczone na podstawie dziennych stóp zwrotów spółek z okresu 6 miesięcy poprzedzających dzień t .

Kolejną, bardzo popularną wśród praktyków miarą ryzyka jest wartość narażona na ryzyko (Value at Risk – VaR). VaR jest to maksymalna strata portfela, jaka może wystąpić przy założonym poziomie ufności $(1 - \alpha)$, czyli:

$$P(-(V - V_0) > VaR) = \alpha, \quad (4)$$

gdzie V, V_0 to wartość inwestycji na końcu i początku okresu przetrzymania walorów, zatem $-(V - V_0)$ to strata w danym okresie (Best, 2000). W przedstawionych dalej analizach stosu-

jemy 95% poziom ufności i okres przetrzymania 1 dzień. W praktyce najczęściej obok wartości poziomu ufności 95% stosuje się również 99% - JP Morgan stosuje 95% poziom ufności, Komitet Bazylejski do Spraw Nadzoru Bankowego zaleca 99% poziom ufności. Z kolei najczęściej stosowane okresy przetrzymania to 1 dzień lub 2 tygodnie (Pearson, 2002).

Jedną ze stosowanych metod psychologicznych pomiaru preferencji ryzyka jest badanie kwestionariuszowe, w którym prosi się badanych o określenie ich skłonności do zaangażowania w sytuacji postrzegane jako ryzykowne. W niniejszym badaniu wykorzystano kwestionariusz preferencji ryzyka – Domain Specific Risk Taking (DOSPERT) (Weber, et al., 2002). W podejściu psychologicznym podkreśla się, że skłonności do podejmowania ryzyka nie można uogólnić na dowolną dziedzinę życia, jest ona raczej specyficzna dla określonej dziedziny (Blais, Weber, 2006; Tyszka, Domurat, 2004; Weber, et al., 2002). Skala DOSPERT (Weber, et al., 2002) obejmuje sześć dziedzin preferencji ryzyka: społeczną, rekreacyjną, zdrowotną, etyczną i dwa czynniki w obrębie ryzyka finansowego: inwestycyjny i hazardowy. Stwierdzenia tworzące skalę ryzyka finansowego związanego z inwestowaniem oraz hazardem są przedstawione w Tabeli 1.

Wynik respondenta na danej skali uzyskano poprzez procedurę dychotomizacji – sprawdzono empiryczny rozkład odpowiedzi (skala 1-5)

dla każdego stwierdzenia tworzącego skalę, następnie przekształcono te wartości zgodnie z rozkładem empirycznym, tak aby uzyskać maksymalne zbliżenie nowopowstałej zmiennej dychotomicznej do rozkładu 50%:50%. W dalszej kolejności w obrębie stwierdzeń tworzących dany czynnik zliczono wystąpienia takiego zdarzenia – identyfikując tym samym liczbę stwierdzeń, w przypadku których respondent wskazywał na odpowiedź większą niż wartość mediany dla całej badanej grupy. Skłonność do preferowania ryzyka w obszarze inwestowania została oznaczona jako *inwest_index*, a w obszarze hazardu jako *hazard_index*.

Problem zgodności między wynikami uzyskanymi za pomocą miar ekonometrycznych i psychologicznych był podejmowany niejednokrotnie w literaturze, nie dając jednak podstaw do jednoznacznych odpowiedzi. Wärneryd (1996) wykazał zgodność wyników uzyskanych za pomocą miar ryzyka: psychologicznych i finansowych, z kolei March i Shapira (1987) stwierdzili, że menadżerowie wykazują preferencję ryzyka, ale podejmowane ryzyko nie jest dobrze opisane przez związek odchylenie standardowe – oczekiwana stopa zwrotu. Blume i Friend (1973) konkludują, iż powszechnie stosowany w finansach współczynnik beta mierzy jedynie część tego, co inwestorzy rozumieją pod pojęciem ryzyka – co pozostaje w zgodzie ze spostrzeżeniem Slovic (1972), iż ryzyko może być postrzegane w in-

Tabela 1. Stwierdzenia dotyczące preferencji ryzyka finansowego w kwestionariuszu DOSPERT

Preferencja ryzyka w hazardzie	Preferencja ryzyka w inwestowaniu
<ul style="list-style-type: none"> ■ Postawienie całodniowego zarobku na wyścigach konnych ■ Postawienie całodniowego zarobku podczas gry w karty (np. w pokera, podczas gry o wysoką stawkę) ■ Postawienie w kasynie swojego zarobku z całego tygodnia ■ Postawienie całodniowego zarobku u bukmachera w zakładach sportowych (na wynik meczu, wyścigu, walki, itd.) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zainwestowanie 10% swoich rocznych dochodów w hybrydowy fundusz inwestycyjny (zrównoważonego wzrostu) ■ Zainwestowanie 5% swojego rocznego dochodu w akcje dużych i znanych firm, których ceny nie podlegają spekulacjom ■ Zainwestowanie 10% swojego rocznego dochodu w obligacje rządowe

nych kategoriach niż wariancja stóp zwrotu (np. przez przyzmat minimalizacji straty). Publikacje MacGregor, Slovic, Berry i Evensky (1999), Olsen (2008) oraz Olsen i Cox (2001) oferują interesującą dyskusję dotyczącą możliwych przyczyn braku spójności miar finansowych i psychologicznych preferencji ryzyka.

Badając decyzje inwestycyjne uczestników gry giełdowej (Kubińska, Markiewicz, 2011b), wykazaliśmy, że nie ma żadnej zależności między miarami psychologicznymi preferencji ryzyka finansowego a odchyleniem standardowym portfela. Z kolei wartość narażona na ryzyko (VaR) mierząca poziom straty jest bardziej powiązana z miarami psychologicznymi ryzyka - osoby mające wysokie wartości na skali preferencji ryzyka inwestycyjnego DOSPERT czyli wstępujące na rynki kapitałowe głównie z pobudek inwestycyjnych, konstruowały portfele o niskich wartościach VaR (Kubińska, Markiewicz, 2011a).

5. Różne motywacje do podjęcia decyzji o kupnie i sprzedaży akcji oraz ich wpływ na ryzyko portfela.

Na konieczność badania problemów finansów behawioralnych - osobno na gruncie decyzji o kupnie nowych akcji i sprzedaży już posiadanych - niejednokrotnie wskazywano w literaturze (Markiewicz, 2011; Odean, 1999). Decyzje o kupnie i sprzedaży akcji są jakościowo odmienne.

Inwestor myśląc o kupnie akcji, dokonuje wyboru spośród wszystkich notowanych akcji na giełdzie - często więc spośród kilkuset, podczas gdy podejmując decyzję o sprzedaży, wybiera spośród akcji posiadanych, najczęściej 3-4. Gdyby zatem jako kryterium przyjąć ilość jednostek analizowanego zbioru, to decyzja o sprzedaży byłaby z pewnością łatwiejsza od decyzji kup-

na. Decyzja o sprzedaży jest jednak bardziej skomplikowana jakościowo, ponieważ inwestor w znacznie większym stopniu bierze pod uwagę przeszłe zmiany notowań, które determinują jego obecny wynik finansowy, historyczne wartości portfela, dodatkowo inwestor rozważa również aspekty związane z podatkiem od zysku kapitałowego. Podczas podejmowania decyzji o kupnie akcji inwestor formułuje swoje oczekiwania dotyczące tylko przyszłych zmian cen, natomiast przy sprzedaży rozważa nie tylko prognozowane, ale również historyczne zmiany cen. Większość inwestorów, decydując o losie inwestycji, bierze pod uwagę głównie zrealizowany zysk/stratę, co sprawia, że podejmując decyzję o sprzedaży, inwestorzy ci kierują się w większym stopniu dotychczasową zmianą kursu posiadanej spółki niż przyszłymi możliwymi zmianami (Barber, Odean, 2000; Odean, 1999).

Powyższe obserwacje stały się przyczyną osobnego traktowania decyzji kupna i sprzedaży akcji w dalszych analizach dotyczących strategii prognostycznych. Prawidłowość tego podejścia została potwierdzona przez niską korelację między indeksami kontrarianizmu na otwarciu i zamknięciu pozycji wśród uczestników gry giełdowej (Kubińska, Markiewicz, 2008), co pozostaje spójne z wynikami wcześniejszych badań (Dhar, Kumar, 2001; Grinblatt, Keloharju, 2001).

Można powiedzieć, że o ile decyzja o zakupie akcji jest bardziej chłodna i wykalkulowana, ma charakter bardziej poznawczy, to decyzja o sprzedaży akcji ma zdecydowanie większe nasycenie emocjonalne, dominuje w niej charakter afektywny choćby dlatego, że wiąże się z realizacją zysku lub straty. Inwestor, podejmując decyzję o zakupie akcji, opiera się głównie na przewidywaniach dalszego zachowania kursu akcji. Aby jak najlepiej przewidzieć przyszły kurs, inwestor stara się zebrać jak najwięcej istotnych informacji dotyczących spółki, bierze również pod uwagę rekomendacje analityków bądź stosuje narzędzia analizy technicznej i fundamentalnej.

W momencie kupna akcji inwestor zwraca zatem uwagę na czynniki obiektywne, takie właśnie jak miary ekonometryczne.

W przypadku decyzji o sprzedaży akcji inwestor narażony jest na znaczną liczbę inklinacji związanych z jego stanem emocjonalnym, w tym: może ulegać efektowi dyspozycji (Kubińska, Markiewicz, Tyszka, w druku; Odean, 1998; Shefrin, Statman, 1985), efektowi posiadania (Furche, Johnstone, 2006), mogą zmieniać się punkty odniesienia, kotwice (Kubińska, Markiewicz, 2009). Fakt posiadania akcji sprawia, że czynniki psychologiczne mają mocniejszy wpływ na decydenta.

Decyzja o kupnie akcji jest zatem bardziej racjonalna i wyważona, dotycząc sfery poznawczej. Decyzja o sprzedaży pozostaje zaś pod silnym wpływem sfery emocjonalnej i motywacyjnej. Badania wskazują, że inwestorzy, którzy stosują strategię momentum, są uważani za bardziej wyrafinowanych, racjonalnych, w przeciwieństwie do inwestorów stosujących strategię kontrariańską, którym brak tych cech (Grinblatt, Keloharju, 2001). Osoby stosujące strategię kontrariańską opierają się na heurystykach, które prowadzą do niewłaściwej oceny napływających informacji, podejmują decyzję bardziej impulsywnie (Morris, et al., 2002). Takiemu heurystycznemu sposobowi podejmowania decyzji sprzyjałyby silne emocje towarzyszące właśnie zmianom cen (Lo, Repin, 2002; Lo, Repin, Steenbarger, 2005), na które z definicji narażeni są inwestorzy kontrariańscy².

Zgodnie z klasycznymi modelami równowagi rynków kapitałowych (Ross, 1976; Sharpe, 1964)

ryzyko podejmowane przez racjonalnych inwestorów jest wynagradzane przez rynek w postaci dodatkowej stopy zwrotu. W przypadku zachowań nieracjonalnych, a takim na podstawie wspomnianych badań jest strategia kontrariańska, inwestorzy narażają się na zbędne ryzyko, które nie jest wynagradzane przez rynek w żaden sposób. Uważamy zatem, że:

H1: wraz ze wzrostem preferencji ryzyka inwestorów rośnie ich skłonność do stosowania strategii kontrariańskiej.

W dodatku inwestor kontrarianin budując portfel, kupuje spółkę będącą w trendzie spadkowym, licząc na wzrost jej ceny. Wybiera spółki, od których oczekuje większej zmienności notowań, co z definicji oznacza spółki o dużej wartości ekonometrycznych miar ryzyka. W przypadku zamykania pozycji inwestor również prognozuje zmianę kursu w najbliższej przyszłości, ale tym razem pozbywa się tej spółki, przez co zmiana trendu nastąpi w okresie, kiedy nie będzie jej już posiadał i nie wpłynie to znacząco na zmienność jego portfela. Pamiętając również, że podczas zamykania pozycji biorą górę czynniki emocjonalne, hipotezę główną możemy uszczegółowić:

H1: na otwarciu skłonność do postawy kontrariańskiej koreluje z miarami finansowymi ryzyka,

H2: na zamknięciu skłonność do postawy kontrariańskiej koreluje z miarami psychologicznymi preferencji ryzyka.

6. Wyniki.

Na podstawie wartości indeksów natężenia postawy kontrariańskiej podczas transakcji kupna (K_otwieranie) oraz podczas transakcji sprzedaży (K_zamykanie) wyznaczono cztery grupy inwestorów³:

2 Sposrzenie to sprawia, iż intrygującą wydaje się hipoteza, według której inwestorzy kontrariańscy podejmują ryzyko raczej dla przyjemności towarzyszących emocji niż dla osiągnięcia konkretnego celu (porównaj z: Załęskiewicz, 2001), podlegając bardziej systemowi doznaniowemu niż racjonalnemu (porównaj z: Epstein, Pacini, Denes-Raj, & Heier, 1996). Weryfikację tej hipotezy pozostawiamy dalszym badaniom.

3 grupy 1 i 2 nie są rozłączne względem 3 i 4

- stosujący strategię momentum na otwarciu - pierwszy kwartył indeksu K_otwieranie,
- stosujący strategię kontrariańską na otwarciu - czwarty kwartył indeksu K_otwieranie,
- stosujący strategię momentum na zamknięciu - pierwszy kwartył indeksu K_zamykanie,
- stosujący strategię kontrariańską na zamknięciu - czwarty kwartył indeksu K_zamykanie.

Różnice w wartościach zmiennych opisujących cechy demograficzne, aktywność w grze, parametry portfela, ryzyko mierzone w sposób ekonometryczny i psychologiczny dla inwestorów stosujących strategię momentum i kontrariańską na otwarciu pozycji zostały przedstawione w Tabeli 2., a na zamknięciu pozycji w Tabeli 3. Analiza nie została przeprowadzona na całej próbie, ponieważ miary psychologiczne ryzyka są dostępne tylko dla osób, które wzięły udział w badaniu kwestionariuszowym (N=633).

Tabela 2. Porównanie strategii momentum i kontrarian na otwarciu pozycji.

	Pierwszy kwartył indeksu K_otwieranie, N=150		Czwarty kwartył indeksu K_otwieranie, N=123		t-test	p-value
	M.	SD.	M.	SD.		
DEMOGRAFIA						
Wiek	22.487	1.690	22.756	2.042	-1.193	.234
pleć (1-kobieta; 0-mężczyzna)	.227	.420	.138	.347	1.906	.058
AKTYWNOŚĆ						
wolumen obrotu	497 591	492 797	700 120	696 484	-2.715	.007**
wolumen obrotu z wyłączeniem transakcji daytrading	462 234	427 626	637 443	594 055	-2.740	.007**
liczba transakcji	30.480	32.123	36.642	51.603	-1.154	.250
RYZYKO PORTFELA						
średnia liczba spółek w portfelu	2.048	1.123	1.645	.806	3.410	.001**
liczba spółek, którymi obracał	7.713	4.857	6.756	4.656	1.651	.100
VaR (95% ufności)	3 847.86	4 243.04	5 531.53	6 218.15	-2.524	.012*
odchylenie standardowe stóp zwrotu portfela	.036	.045	.047	.035	-2.184	.030*
średnia arytmetyczna stóp zwrotu portfela	-.001	.005	-.003	.005	3.351	.001**
WYNIK FINANSOWY						
zapłacone prowizje	2 529	2 482	3 587	3 537	-2.799	.006**
wartość portfela na koniec gry	99 176	15 689	92 947	11 529	3.776	.000**
wartość portfela na koniec gry z pominięciem prowizji	101 705	16 185	96 534	12 096	3.018	.003**
WSPÓŁCZYNNIKI						
Procent wartości długich pozycji	.889	.211	.858	.210	1.212	.226
Procent wartości transakcji daytrading	.079	.133	.095	.143	-.944	.346
Procent zrealizowanych transakcji	.866	.148	.802	.166	3.335	.001**
PSYCHOGRAFIA						
hazard_index	2.027	1.545	1.764	1.569	1.387	.167
inwest_index	1.747	.971	1.472	1.043	2.253	.025*

* (***) - Różnica istotna na poziomie 0.05 (0.01)

Uczestnicy gry preferujący strategię kontrariańską byli bardziej aktywni. Kontrarianie składali dużo więcej zleceń, średnio o około siedem zleceń więcej niż inwestorzy momentum. Wolumen obrotu również był znacznie większy, przez co w obu grupach kontrarianie zapłacili dużo większe prowizje. Ta aktywność jednak nie opłaciła się – wartość końcowa portfela dla uczestników gry stosujących strategię kontrariańską na otwarciu (Tabela 2) była istotnie statystycznie

mniejsza od wyników inwestorów momentum. Różnice w wartości portfela na koniec gry nie są istotne statystycznie w przypadku strategii prognostycznych stosowanych podczas zamknięcia pozycji (Tabela 3).

Kontrarianie na otwarciu ponosili dużo większe ryzyko niż momentowcy, wartość narażona na ryzyko ich portfeli była większa o prawie 1'700 zł, odchylenie standardowe średnio o ponad 1%. Ponoszone ryzyko nie zostało jednak

Tabela 3. Porównanie strategii momentum i kontrarian na zamknięciu pozycji.

	Pierwszy kwantyl indeksu K_zamykanie, N=132		Czwarty kwantyl indeksu K_zamykanie, N=144		t-test	p-value
	M.	SD.	M.	SD.		
DEMOGRAFIA						
Wiek	22.591	1.752	22.417	1.535	.876	.382
płeć (1-kobieta; 0-mężczyzna)	.144	.352	.222	.417	-1.689	.092
AKTYWNOŚĆ						
wolumen obrotu	557 786	458 706	652 085	505 051	-1.619	.107
wolumen obrotu z wyłączeniem transakcji daytrading	515 329	400 541	603 325	441 132	-1.730	.085
liczba transakcji	28.015	25.635	35.292	27.281	-2.278	.023*
RYZYKO PORTFELA						
średnia liczba spółek w portfelu	1.931	.926	2.014	1.111	-.665	.507
liczba spółek, którymi obracał	7.333	3.911	8.889	4.408	-3.090	.002**
VaR (95% ufności)	4 457.75	5 340.40	4 828.98	4 775.79	-.606	.545
odchylenie standardowe stóp zwrotu portfela	.037	.044	.037	.051	-.012	.990
średnia arytmetyczna stóp zwrotu portfela	-.001	.004	-.001	.006	-.215	.830
WYNIK FINANSOWY						
zapłacone prowizje	2 835	2 327	3 306	2 554	-1.594	.112
wartość portfela na koniec gry	98 133	12 772	100 036	12 071	-1.272	.204
wartość portfela na koniec gry z pominięciem prowizji	100 968	12 617	103 341	12 706	-1.555	.121
WSPÓŁCZYNNIKI						
Procent wartości długich pozycji	.856	.198	.922	.159	-3.005	.003**
Procent wartości transakcji daytrading	.094	.144	.104	.143	-.599	.550
Procent zrealizowanych transakcji	.884	.116	.812	.149	4.482	.000**
PSYCHOGRAFIA						
hazard_index	1.750	1.540	2.069	1.513	-1.737	.083
inwest_index	1.614	1.046	1.583	1.048	.240	.810

* (**) – Różnica istotna na poziomie 0.05 (0.01)

wynagrodzone przez rynek, portfele kontrarian charakteryzowały się oczekiwaną stopą zwrotu średnio mniejszą o około .2%. Najprostsza miara dywersyfikacji portfela (liczba spółek w portfelu) wskazuje, że kontrarianie mieli gorzej zdywersyfikowane portfele - przetrzymywali średnio mniej spółek w portfelu.

W sekcji psychografia znajdują się wartości zmiennych będących miarami psychologicznymi preferencji ryzyka, które zostały opisane w rozdziale 4. Co istotne, obserwuje się większą preferencję ryzyka o charakterze inwestycyjnym wśród osób stosujących strategię momentum na otwarciu. Z kolei na zamknięciu pozycji obserwujemy zarysowaną na poziomie tendencji ($p = .083$) większą skłonność do podejmowania ryzyka o charakterze hazardowym wśród kontrarian niż inwestorów momentum.

Porównując strategię momentum i kontrarian, widzimy, że procent niezrealizowanych transakcji jest jedyną zmienną, dla której obserwujemy istotne statystycznie różnice zarówno w przypadku transakcji kupna jak i transakcji sprzedaży - osoby preferujące strategię kontrariańską miały dużo większy procent niezrealizowanych transakcji. Warto przy tym zwrócić uwagę, iż wyższy procent niezrealizowanych transakcji spośród wszystkich zleconych mógł wynikać w grze jedynie z dwóch powodów:

1. częstszego stosowania tzw. zleceń z limitem w przeciwieństwie do zleceń po każdej cenie (PKC),
2. stosowania limitów bardziej odbiegających od obecnej ceny rynkowej w przypadku zleceń z limitem.

Oba powody świadczą na korzyść hipotezy, iż osoby o wysokim odsetku transakcji niezrealizowanych charakteryzują się wyższą preferencją ryzyka. W pierwszym przypadku inwestor ryzykuje niezrealizowanie transakcji, składając zlecenie z limitem. Wybiera zatem opcję probabilistyczną, gdzie p - prawdopodobieństwo zrealizowania zlecenia - jest $p < 1$, w odróżnieniu od opcji

pewnej, jaką jest zlecenie PKC z $p=1$. W drugim przypadku, wskazując limit dalszy od ceny rynkowej, inwestor również bierze na siebie większe ryzyko niezrealizowania transakcji w porównaniu do sytuacji złożenia zlecenia o limicie bliższym aktualnej wycenie.

Podobną interpretację powiązania wielkości stosowanych limitów ceny (dokładnie widełek cen kupna – sprzedaży) z preferencją ryzyka zaprezentowali Goetzmann i Ning (2005). Należy przy tym zwrócić uwagę, iż im bardziej wartość limitu jest odległa od aktualnej wyceny rynku, tym inwestor w większym stopniu akceptuje mniejszą płynność posiadanych aktywów. Taki inwestor wykazuje zatem wyższą preferencję ryzyka, w tym przypadku ryzyka płynności, które ma swoją realną wartość rynkową (Chordia, Subrahmanyam, Anshuman, 2001). Zaobserwowana różnica we współczynniku niezrealizowanych zleceń stanowi zatem dodatkowe potwierdzenie stawianej hipotezy, jak również intrygującą zależność, której warto poświęcić więcej uwagi w dalszych badaniach.

Wcześniejsze badania sugerują, iż osoby stosujące strategię momentum są bardziej racjonalne (Grinblatt, Keloharju, 2001). Przedstawione wyniki potwierdzają tę hipotezę w przypadku zleceń kupna, jeśli za wskaźnik racjonalności przyjąć końcową wartość portfela w symulacji. Uczestnicy gry stosujący strategię momentum na otwarciu pozycji osiągnęli dużo lepszy wynik inwestycyjny niż osoby stosujące strategię kontrariańską. Inwestorzy momentum mieli lepiej zdywersyfikowane portfele, o mniejszym ryzyku mierzonym za pomocą VaR oraz odchylenia standardowego stóp zwrotów, a także o wyższej wartości oczekiwanej. Miary psychologiczne ryzyka wskazują, że inwestorzy momentum ponosili ryzyko finansowe, kierując się względami inwestycyjnymi.

W rozdziale 5. postawiono hipotezę wskazującą, że wraz ze wzrostem preferencji ryzyka rośnie tendencja do stosowania strategii kontra-

Tabela 4. Współczynniki korelacji (próba kwestionariuszowa)

	K_zamykanie	K_otwieranie	VaR (95%)	odchylenie standardowe	średnia arytmetyczna stóp zwrotu	inwest_index	hazard_index
K_zamykanie	1						
K_otwieranie	.063	1					
VaR (95%)	.028	.144** (H1)	1				
odchylenie standardowe	.024	.022	.123**	1			
średnia arytmetyczna stóp zwrotu	-.011	-.109**	-.410**	-.636**	1		
inwest_index	-.011	-.082*	-.086*	-.011	.045	1	
hazard_index	.088* (H2)	-.02	-.009	-.005	.042	.036	1

* (**) Korelacja jest istotna na poziomie 0.05 (0.01) dwustronnie.

riańskiej. Zależność między tendencją do stosowania strategii kontrariańskiej, a miarami ryzyka została zbadana za pomocą korelacji Pearsona na próbie kwestionariuszowej (Tabela 4) osobno dla tendencji obserwowanej dla sytuacji otwierania pozycji (H1) i osobno dla sytuacji zamykania pozycji (H2).

Indeks bycia kontrarianinem podczas otwierania pozycji pozostaje pozytywnie skorelowany z wartością narażoną na ryzyko VaR ($r(607) = .144$; $p < .01$), natomiast nie koreluje z odchyleniem standardowym stóp zwrotu (przy czym na całej próbie zaobserwowano dodatnią istotną korelację $r(3870) = .046$; $p < .01$). Hipoteza H1 została częściowo potwierdzona - możemy zatem stwierdzić, że w efekcie stosowania strategii kontrariańskiej podczas kupna akcji inwestorzy otrzymują portfele o wysokim poziomie ryzyka mierzonym poprzez VaR⁴. Współczynnik natę-

żenia postawy kontrariańskiej na otwarciu koreluje ujemnie ze skalą ryzyka inwestycyjnego ($r(627) = -.082$; $p < .05$). Im bardziej inwestorzy preferują strategię kontrariańską na otwarciu, tym mniej preferowane ryzyko ma charakter inwestycyjny. Obserwacja ta powtórnie potwierdza hipotezę o większej racjonalności inwestorów momentum.

Z kolei na zamknięciu indeks K_zamykanie koreluje dodatnio ze skalą preferencji ryzyka hazardowego ($r(627) = .088$, $p < .05$), co pozostaje spójne z H2. Skłonność do stosowania strategii kontrariańskiej na zamknięciu nie jest skorelowana z miarami ekonometrycznymi, ale z miarą psychologiczną ryzyka skupioną na motywach hazardowych. Zatem fakt posiadania akcji i śledzenia ich wartości sprawia, że górę biorą aspekty emocjonalne i motywacyjne związane z ryzykiem, a względy ekonometryczne stają się mniej istotne.

4 Użyte miary ekonometryczne ryzyka zostały wyznaczone w ostatnim dniu trwania gry na podstawie historycznych notowań z okresu 6 miesięcy. Aczkolwiek ujawnione korelacje pozostają niskie, trudno spodziewać się wysokich współczynników ze względu na to, iż pomiar

części zmiennych pozostaje wysoce zależny od czynników losowych, np. zmian cen walorów na GPW.

7. Podsumowanie i dyskusja wyników

Porównując parametry portfeli zbudowanych przez inwestorów momentum i kontrarian w grze inwestycyjnej, wykazano, że strategia momentum jest bardziej efektywna ekonomicznie (przynosząc większy zysk – przynajmniej w krótkim horyzoncie czasowym i w badanym okresie w czasach hossy), a różnicę tę widać przede wszystkim w przypadku strategii prognostycznych stosowanych podczas zleceń kupna. Stosowanie strategii kontrariańskiej jest związane z ponoszeniem większego ryzyka, które – w badanym przypadku – okazało się nie być wynagrodzone przez rynek. Rezultat ten nie jest zaskoczeniem zważywszy na wynik wcześniejszych badań (Conrad, Kaul, 1998; De Bondt, Thaler, 1985; Jegadeesh, 1990; Jegadeesh, Titman, 1993, 2001; Lehmann, 1990; Rouwenhorst, 1998, 1999) dokumentujących skuteczność strategii kontrariańskiej – na rzeczywistej giełdzie – w długiej i średniej perspektywie czasowej (3-5 letniej) a strategii momentum – raczej w krótkiej perspektywie czasowej (liczonej raczej w miesiącach niż latach). Burns (2003, 2004) zwraca uwagę, iż podążanie za trendem może być bardziej efektywną strategią, szczególnie w przypadku spółek o większej zmienności cen, ponieważ pasma tych samych zdarzeń (wzrost vs. spadek ceny) w przypadku takich spółek są z natury bardziej postrzegane przez inwestorów. Niektórzy wręcz podkreślają, iż racjonalność strategii momentum na giełdzie papierów wartościowych wynika z właściwości rynków finansowych (Johnson, 2002).

Warto w tym miejscu przytoczyć również badanie Kareev (1995) wskazujące, iż w większości przypadków optymalna jest właśnie strategia momentum. Kareev wniosek ten

oparł na analizie ciągu zdarzeń binarnych. Wyznaczył obszary w zależności od wartości współczynnika autokorelacji oraz prawdopodobieństwa zdarzenia większościowego, w których optymalne jest stosowanie strategii momentum, kontrarian lub też obstawianie zawsze zdarzenia bardziej prawdopodobnego. Na przykład optymalnym zachowaniem w przypadku ciągu zdarzeń binarnych niezależnych (współczynnik autokorelacji równy 0) jest obstawianie zdarzenia większościowego bez względu na wartość jego prawdopodobieństwa. Najważniejszym wnioskiem badania wydaje się być jednak spostrzeżenie, że jeżeli nie możemy oszacować ani wartości współczynnika autokorelacji ani prawdopodobieństwa zdarzenia większościowego, to racjonalnym zachowaniem jest stosowanie strategii momentum.

Inwestorzy wykazujący postawę kontrariańską podczas otwierania pozycji budują portfele o większym ryzyku, tzn. portfele charakteryzujące się większą wariancją stóp zwrotu i większą wartością narażoną na ryzyko (VaR). Z kolei inwestorzy stosujący strategię kontrariańską na zamknięciu pozycji wykazują większą preferencję ryzyka hazardowego, mierzonych na skali DOSPERT, przy czym różnice w pomiarze ryzyka za pomocą miar ekonometrycznych nie są już istotne statystycznie. Na otwarciu pozycji istotne pozostają ekonometryczne miary ryzyka, a na zamknięciu – psychologiczne. Interpretując ten wynik, można zatem powiedzieć, że przy otwieraniu pozycji potrafimy zachować zimą krew – nie czujemy jeszcze tak bardzo emocji strachu czy chciwości i możemy pozwolić sobie na zachowanie godne *homo oeconomicus*. Jednak na zamknięciu pozycji, kiedy mamy do czynienia z realnym zyskiem lub realną stratą, jesteśmy już wyłącznie *homo sapiens*. Podczas składania zleceń kupna wykazujemy bardziej poznawcze podejście do ryzyka (jak chciałaby to widzieć ekonomia).

Tymczasem w sytuacjach nasyconych emocjami (zamykanie pozycji, a więc realizacja zysku lub straty) inklinacje motywacyjne dochodzą do głosu, a ryzyko jest postrzegane bardziej w kategoriach afektywnych niż poznawczych. Obserwowane zjawisko wymaga jednak dalszych badań i replikacji dla dokładniejszego zrozumienia.

Bibliografia

- Barber, B. M., Odean, T. (2000). *Trading Is Hazardous to Your Wealth: The Common Stock Investment Performance of Individual Investors*. *The Journal of Finance*, 55(2), 773-806.
- Best, P. (2000). *Wartość narażona na ryzyko, obliczanie i wdrażanie modelu VaR*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Blais, A. R., Weber, E. U. (2006). *A domain-specific risk-taking (DOSPERT) scale for adult populations*. *Judgment and Decision Making*, 1(1), 33-47.
- Blume, M. E., Friend, I. (1973). *A New Look at the Capital Asset Pricing Model*. *The Journal of Finance*, 28(1), 19-33.
- Burns, B. D. (2003). *When it is adaptive to follow streaks: Variability and stocks*. (w:) R. Alterman K. D. (Eds.), *Proceedings of the Twenty-Fifth Annual Meeting of the Cognitive Science Society* (s. 233-239). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Burns, B. D. (2004). *Heuristics as beliefs and as behaviors: The adaptiveness of the "hot hand"*. *Cognitive Psychology*, 48(3), 295-331.
- Choe, H., Kho, B., Stulz, R. (1999). *Do foreign investors destabilize stock markets? The Korean experience in 1997*. *Journal of Financial Economics*, 54(2), 227-264.
- Chordia, T., Subrahmanyam, A., Anshuman, V. R. (2001). *Trading activity and expected stock returns*. *Journal of Financial Economics*, 59(1), 3-32.
- Conrad, J., Kaul, G. (1998). *An Anatomy of Trading Strategies*. *Review of Financial Studies*, 11(3), 489-519.
- De Bondt, W. F. M. (1991). *What Do Economists Know About the Stock Market?* *Journal of Portfolio Management*, 17(2), 84.
- De Bondt, W. F. M. (1993). *Betting on trends: Intuitive forecasts of financial risk and return*. *International Journal of Forecasting*, 9(3), 355-371.
- De Bondt, W. F. M., Thaler, R. (1985). *Does the Stock Market Overreact?* *The Journal of Finance*, 40(3), 793-805.
- Dhar, R., Kumar, A. (2001). *A Non-Random Walk Down the Main Street: Impact of Price Trends on Trading Decisions of Individual Investors*. Yale International Center for Finance. Working Paper. June.

- Epstein, S., Pacini, R., Denes-Raj, V., Heier, H. (1996). *Individual Differences in Intuitive-Experiential and Analytical-Rational Thinking Styles*. Journal of Personality and Social Psychology, 71, 390-405.
- Fama, E. (1970). *Efficient capital markets: A review of theory and empirical work*. The Journal of Finance, 25(2), 383-417.
- Fama, E. (1995). *Random walks in stock market prices*. Financial Analysts Journal, 51(1), 75-80.
- Furche, A., Johnstone, D. (2006). *Evidence of the Endowment Effect in Stock Market Order Placement*. Journal of Behavioral Finance, 7(3), 145-154.
- Gilovich, T., Vallone, R., Tversky, A. (1985). *The hot hand in basketball: On the misperception of random sequences*. Cognitive Psychology, 17(3), 295-314.
- Goetzmann, W. N., Massa, M. (2002). *Daily momentum and contrarian behavior of index fund investors*. The Journal of Financial and Quantitative Analysis, 375-389.
- Goetzmann, W. N., Ning, Z. (2005). *Rain or Shine: Where is the Weather Effect?* European Financial Management, 11(5), 559-578.
- Grinblatt, M., Keloharju, M. (2000). *The investment behavior and performance of various investor types: a study of Finland's unique data set*. Journal of Financial Economics, 55(1), 43-67.
- Grinblatt, M., Keloharju, M. (2001). *What Makes Investors Trade?* The Journal of Finance, 56(2), 589-616.
- Grinblatt, M., Titman, S., Wermers, R. (1995). *Momentum Investment Strategies, Portfolio Performance, and Herding: A Study of Mutual Fund Behavior*. American Economic Review, 85(5), 1088-1105.
- Heath, C., Huddart, S., Lang, M. (1999). *Psychological Factors and Stock Option Exercise*. Quarterly Journal of Economics, 114(2), 601-627.
- Jegadeesh, N. (1990). *Evidence of Predictable Behavior of Security Returns*. The Journal of Finance, 45(3), 881-898.
- Jegadeesh, N., Titman, S. (1993). *Returns to buying winners and selling losers: Implications for stock market efficiency*. The Journal of Finance, 48(1), 65-91.
- Jegadeesh, N., Titman, S. (2001). *Profitability of momentum strategies: An evaluation of alternative explanations*. The Journal of Finance, 56(2), 699-720.
- Johnson, T. C. (2002). *Rational Momentum Effects*. The Journal of Finance, 57(2), 585-608.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1973). *On the psychology of prediction*. Psychological review, 80(4), 237-251.
- Kareev, Y. (1995). *Positive bias in the perception of covariation*. Psychological review, 102(3), 490.
- Kubińska, E., Markiewicz, Ł. (2008). *Analiza decyzji inwestycyjnych uczestników gry giełdowej – skłonności wirtualnych inwestorów, inwestujących wirtualne środki*. Decyzje, 9, 57-82.
- Kubińska, E., Markiewicz, Ł. (2009). *Punkty odniesienia szerszej skali konta mentalnego uczestników gry giełdowej*. Decyzje, 12, 79-95.
- Kubińska, E., Markiewicz, Ł. (2011a). *Pomiar ryzyka jako wyzwanie dla współczesnych finansów*. Annales UMCS Sectio H Oeconomia.
- Kubińska, E., Markiewicz, Ł. (2011b). *Różne podejścia do mierzenia ryzyka inwestycyjnego - perspektywa psychologiczna i finansowa*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie: Seria Finanse.
- Kubińska, E., Markiewicz, Ł., Tyszcza, T. (w druku). *Disposition Effect Among Contrarian and Momentum Investors*. Journal of Behavioral Finance.
- Lehmann, B. N. (1990). *Fads, Martingales, and Market Efficiency*. The Quarterly Journal of Economics, 105(1), 1-28.
- Lo, A. W., Repin, D. V. (2002). *The psychophysiology of real-time financial risk processing*. Journal of Cognitive Neuroscience, 14(3), 323-339.
- Lo, A. W., Repin, D. V., Steenbarger, B. N. (2005). *Fear and Greed in Financial Markets: A Clinical Study of Day-Traders*. American Economic Review, 9, 352-359.
- MacGregor, D. G., Slovic, P., Berry, M., Evensky, H. (1999). *Perception of Financial Risk: A Survey Study of Advisors and Planners*. Journal of Financial Planning, 12(8), 68-86.
- March, J. G., Shapira, Z. (1987). *Managerial Perspectives on Risk and Risk Taking*. Management Science, 33(11), 1404-1418.

- Markiewicz, Ł. (2011). *Wybrane Inklinacje Inwestorów Giełdowych w Zarządzaniu Portfelem Inwestycyjnym* (nieopublikowana praca doktorska). Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej Wrocław.
- Markiewicz, Ł., Weber, E. U. (w druku). *DOSPERS's gambling risk-taking scale predicts excessive stock trading*. *Journal of Behavioral Finance*.
- Markowitz, H. (1952). *Portfolio Selection*. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
- Markowitz, H. (1959). *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments*. New York: John Wiley i Sons.
- Morrin, M., Jacoby, J., Johar, G. V., He, X., Kuss, A., Mazursky, D. (2002). *Taking Stock of Stockbrokers: Exploring Momentum versus Contrarian Investor Strategies and Profiles*. *Journal of Consumer Research*, 29(2), 188-198.
- Odean, T. (1998). *Are Investors Reluctant to Realize Their Losses?* *The Journal of Finance*, 53(5), 1775-1798.
- Odean, T. (1999). *Do Investors Trade Too Much?* *American Economic Review*, 89(5), 1279-1298.
- Olsen, R. A. (2008). *Perceptions of Financial Risk: Axioms and Affect*. *The Icfai University Journal of Behavioral Finance*, 5, 58-80.
- Olsen, R. A., Cox, C. M. (2001). *The Influence of Gender on the Perception and Response to Investment Risk: The Case of Professional Investors*. *Journal of Psychology Financial Markets*, 2(1), 29-36.
- Oskarsson, A. T., Van Boven, L., McClelland, G. H., Hastie, R. (2009). *What's next? Judging sequences of binary events*. *Psychological bulletin*, 135(2), 262.
- Pearson, N. (2002). *Risk Budgeting: Portfolio Problem Solving with Value-at-Risk*. New York: John Wiley Sons.
- Ross, S. (1976). *The arbitrage theory of capital asset pricing*. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341-360.
- Rouwenhorst, K. G. (1998). *International Momentum Strategies*. *The Journal of Finance*, 53(1), 267-284.
- Rouwenhorst, K. G. (1999). *Local Return Factors and Turnover in Emerging Stock Markets*. *The Journal of Finance*, 54(4), 1439-1464.
- Sharpe, W. F. (1964). *Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk*. *The Journal of Finance*, 19(3), 425-442.
- Shefrin, H., Statman, M. (1985). *The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence*. *The Journal of Finance*, 40(3), 777-790.
- Sheimo, M. (2005). *Stock market rules: 50 of the most widely held investment axioms explained, examined, and exposed*: McGraw-Hill.
- Slovic, P. (1972). *Psychological Study of Human Judgment: Implications for Investment Decision Making*. *The Journal of Finance*, 27(4), 779-799.
- Tversky, A., Kahneman, D. (1971). *Belief in the law of small numbers*. *Psychological Bulletin*, 76(2), 105-110.
- Tyszka, T., Domurat, A. (2004). *Czy istnieje ogólna skłonność jednostki do ryzyka?* *Decyzje*, 2, 85-104.
- Tyszka, T., Zielonka, P., Dacey, R., Sawicki, P. (2008). *Perception of randomness and predicting uncertain events*. *Thinking and Reasoning*, 14(1), 83-110.
- Wärneryd, K. (1996). *Risk attitudes and risky behavior*. *Journal of Economic Psychology*, 17(6), 749-770.
- Weber, E. U., Blais, A. R., Betz, N. E. (2002). *A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors*. *Journal of Behavioral Decision Making*, 15(4), 263-290.
- Zaleśkiewicz, T. (2001). *Beyond risk seeking and risk aversion: personality and the dual nature of economic risk taking*. *European Journal of Personality*, 15, S105-S122.
- Zielonka, P. (2004). *Technical analysis as the representation of typical cognitive biases*. *International Review of Financial Analysis*, 13(2), 217-225.

A sense of students' psychical well-being in context of possessed financial and social resources

Abstract

Studies over the meaning of subjective well-being give an attention not only to its autotelic values but also on its instrumental properties. With regard to tradition of over-individual researches of well-being's indicators, an article presents its connections with financial capital and social capital (characterized by engagement in close relationship, familiar academic traditions, habitation with family and basic source of livelihood) observed in a group of 473 third year students.

The analysis of gathered material shows a set of dependences between examined variables, in particular with possessed financial resources and engagement in close relationship. The results can be used during academic works oriented on equality of chances and stimulation of students' activities elevating their level of competencies and competitiveness.

Keywords: *psychical well-being academic education, satisfaction with life, social capital*

ŁUKASZ JACH

Zakład Psychologii Zdrowia i Jakości Życia

Instytut Psychologii

Uniwersytet Śląski w Katowicach

e-mail: lukasz.jach@us.edu.pl

4

Poczucie dobrostanu psychicznego studentów w kontekście posiadanych zasobów finansowych i społecznych

Streszczenie

W rozważaniach nad poczuciem dobrostanu psychicznego zwraca się uwagę nie tylko na autoteliczną wartość niniejszej zmiennej, ale również na jej właściwości instrumentalne. Artykuł, wpisując się w tradycję studiów nad ponadjednostkowymi wyznacznikami dobrostanu psychicznego, prezentuje wyniki przeprowadzonych w grupie 473 studentów III roku badań dotyczących jego związków z posiadaniem kapitałem finansowym i społecznym (charakteryzowanym przez zaangażowanie w bliski związek, rodzinne tradycje akademickie, zamieszkiwanie z rodziną i podstawowe źródło utrzymania).

Analiza zgromadzonych danych wykazała istnienie szeregu zależności pomiędzy badanymi zmiennymi, wśród których wyróżnić warto powiązania z posiadanymi zasobami finansowymi oraz zaangażowanie w bliski związek. Wyniki badań mogą być wykorzystane podczas opracowywania projektów służących wyrównywaniu szans oraz stymulacji studenckich działań nastawionych na podwyższanie poziomu kompetencji i konkurencyjności.

Słowa kluczowe: *dobrostan psychiczny, edukacja akademicka, satysfakcja z życia, kapitał społeczny*

1. Wprowadzenie

Zagadnienie dobrostanu psychicznego i jego korelatów stanowi jeden z głównych obszarów badawczych psychologii pozytywnej. Przyczyn naukowego zainteresowania poczuciem szczęścia i życiowej satysfakcji poszukiwać można w jego autotelicznie-pragmatycznej naturze. Osoby charakteryzujące się wysokim natężeniem dobrostanu psychicznego są bardziej efektywne i lepiej wykorzystują dostępne zasoby (Myers 2000, Czapiński 2008), dlatego osiągnięcie zadowolenia z życia stanowi nie tylko jego ostateczny cel, ale również instrumentalny czynnik polepszający poziom funkcjonowania w świecie.

Ujmowanie poczucia zadowolenia z życia jako katalizatora efektywności ludzkich działań znajduje odzwierciedlenie w problematyce niniejszego artykułu, prezentującego informacje na temat ponadjednostkowych źródeł studentkiego dobrostanu psychicznego. Przeanalizowane zostaną w nim relacje łączące dobrostan psychiczny osób studiujących z dostępem do zasobów finansowych. Analizy obejmą również takie wyznaczniki kapitału społecznego jak zaangażowanie w bliski związek, rodzinne tradycje związane z edukacją akademicką, zamieszkiwanie z rodziną oraz podstawowe źródło utrzymania. Celem podjęcia niniejszego tematu jest ukazanie znaczenia występujących wśród polskich studentów różnic ekonomicznych i społecznych, które mogą przekładać się na poziom efektywności podejmowanych przez nich przedsięwzięć.

2. Psychologiczne teorie dobrostanu psychicznego

2.1. Subiektywny dobrostan psychiczny w ujęciu Dienera

Proponowany przez Dienera (2000) sposób analizy dobrostanu psychicznego¹ nakazuje traktować go jako zmienną o charakterze subiektywnym, co poparte jest koniecznością uwzględniania indywidualnych preferencji i kryteriów stosowanych przez badane osoby. Sam dobrostan zdefiniować można zaś jako poznawczą i emocjonalną ocenę własnego życia, obejmującą zarówno reakcje emocjonalne, jak i sądy na temat zadowolenia i spełnienia (zob. Diener i in. 2008). Ogólny poziom omawianej zmiennej jest wypadkową oddziaływań związanych z odczuwaniem afektu pozytywnego (np. radość, dumą) i negatywnego (wina, zazdrość), zadowolenia z globalnych wymiarów życia (np. przeszłość, zmiany) oraz poszczególnych domen życia, takich jak praca czy rodzina (Diener i in. 1999).

Wyniki międzykulturowych badań przeprowadzonych na studentach (Diener 2000) wykazały istnienie niezależnej od kręgu kulturowego tendencji do przypisywania szczęściu i życiowej satysfakcji wysokiej wartości, przewyższającej znaczenie nadawane posiadaniu zasobów finansowych. Spośród wszystkich badanych jedynie 6% uznało bogactwo za wartość istotniejszą niż szczęście, podczas gdy najwyższe z możliwych rang szczęściu i satysfakcji z życia przyznało odpowiednio 69% i 62% respondentów. Dostrzegając znaczenie wymienianych zmiennych dla prawidłowego funkcjonowania jednostki, autor proponuje systematyczne prowadzenie badań nad makrostrukturalnymi wskaźnikami subiek-

1 Zdaniem badacza utożsamiać go można z potocznie używanym pojęciem „szczęścia”.

tywnego dobrostanu psychicznego („wskaźnik narodowy”), pomocnymi w trakcie opracowywania programów polityki społecznej, obejmujących sfery pracy, relacji międzyludzkich, rekreacji oraz duchowości.

2.2. Sześciowymiarowa koncepcja dobrostanu psychicznego

Choć koncepcja Dienera zakłada kształtowanie się dobrostanu psychicznego jako wypadkowej doświadczeń związanych z różnymi obszarami życia, ostatecznie przedstawiany jest on jako zmienna, której wartość wyrazić można przy pomocy jednej liczby. Alternatywne ujęcie przedstawiają Ryff i Singer (2008), według których subiektywny dobrostan psychiczny jest zmienną złożoną. Szukając inspiracji w klasycznych teoriach psychologicznych (m.in. Junga, Eriksona i Masłowa) oraz filozofii Arystotelesa, autorzy wyróżniają następujące jego wymiary: samoakceptacja, pozytywne relacje z innymi, rozwój osobisty, cel życiowy, biegłość środowiskowa oraz autonomia².

Interesującym elementem przedstawianego podejścia jest uwzględnianie w jego ramach aspektów rozwojowych. Badania przeprowadzone na osobach w okresach młodszej, środkowej i późnej dorosłości wykazały różnice w natężeniu poszczególnych wymiarów dobrostanu psychicznego (Ryff 1995). W najmłodszej z badanych grup odnotowano najniższe natężenie pozytywnych relacji z innymi, autonomii oraz biegłości środowiskowej oraz najwyższe wartości związane z rozwojem osobistym oraz celami życiowymi. Wartości dotyczące grupy osób w okresie późnej dorosłości są ich prawie dokładnym (za wyjątkiem autonomii, która nie

była w tej grupie badana) odwróceniem. Wyniki charakteryzujące badanych w okresie środkowej dorosłości zawsze przyjmowały wartości pośrednie. Oznacza to, że choć ogólny dobrostan psychiczny w trakcie całego życia nie wykazuje istotnych zmian, jego natężenie w danym momencie wynikać może z różnej konfiguracji wymiarów zadowolenia z obszarów częściowych.

2.3. Dobrostan psychiczny a zasoby finansowe

Związki dobrostanu psychicznego z kapitałem finansowym są zagadnieniem pojawiającym się w polu zainteresowań psychologii pozytywnej praktycznie od samego początku jej istnienia. Klasyczne, międzynarodowe badanie przeprowadzone przez zespół Veenhovena (za: Czapiński 2004) wykazało istnienie dodatniej korelacji pomiędzy poczuciem zadowolenia z życia a zasobami materialnymi. Zależność ta utrzymuje się jednak jedynie do pewnego poziomu, powyżej którego przyrost dochodu nie pociąga już za sobą zmian w obrębie życiowej satysfakcji. Należy pamiętać, że niniejsze analizy dokonywane były na poziomie makrostrukturalnym, którego dynamika nie zawsze znajduje odzwierciedlenie w zjawiskach dotyczących odczuć indywidualnych (por. Górnik-Durose 2005).

Pozytywny wpływ sytuacji finansowej na poczucie zadowolenia z życia lepiej zauważalny jest w krajach uboższych (Argyle 2008), co zapewne wiąże się z możliwością zaspokajania za pomocą środków finansowych bardziej podstawowych potrzeb. Jako, że przeciętny standard życia w Polsce wciąż znacznie odbiega od zachodniego, można spodziewać się istotnego związku wysokości dochodów ze wskaźnikami psychicznego dobrostanu. Poparcie niniejszej tezy stanowią wyniki badań przeprowadzonych przez Czapińskiego (2004), wskazujące dokonywanie porównań społecznych jako istotny czynnik wpływający na poziom zadowolenia z sytuacji materialnej.

2 Nazwy oryginalne wymiarów: self-acceptance, positive relations with others, personal growth, purpose in life, environmental mastery, autonomy.

Pośrednio o wpływie sytuacji materialnej na poziom zadowolenia z życia w krajach takich jak Polska świadczą przywoływane przez Argyle'a (2008) wyniki metaanaliz mówiących o zależności dobrostanu psychicznego od przynależności do klasy społecznej. W społeczeństwach silnie rozwarstwionych relacje te ujawniają się bardziej wyraziście niż w krajach o słabym poziomie stratyfikacji społecznej. Na wpływ przynależności do klasy społecznej składają się według autora łączne oddziaływania lepszych warunków bytowych, lepszego dostępu do wypoczynku, lepszej pracy i lepszych relacji z innymi ludźmi. Informacje te warto odnieść do specyficznych warunków występujących w naszym kraju. Przemiany systemowe związane z odejściem od socjalistycznej gospodarki i polityki przyczyniły się do powstania widocznych różnic majątkowych pomiędzy obywatelami (np. Ost 2007), zaś etosu polskiej klasy średniej wciąż nie uznaje się za w pełni ukształtowany (np. Leszkowicz-Baczyński 2010). Z powyższych informacji można wyciągnąć wniosek, że w polskiej rzeczywistości wpływ przynależności do klasy społecznej w przeważającej części związany jest z jej aspektami finansowymi.

3. Kapitał społeczny i jego znaczenie w trakcie edukacji akademickiej

3.1. Edukacja akademicka a reprodukcja systemu społecznego

Zgodnie z koncepcją przedstawioną przez Bourdieu i Passerona (2006) system edukacyjny oprócz funkcji transmitowania wiedzy pełni również ukrytą, lecz o wiele bardziej istotną funkcję reprodukcji systemu społecznego. Treści nauczania oraz sposoby prezentowania wiedzy nastawione są na zachowywanie społecznego *status quo*, ugruntowywanego poprzez nobilitację kultury dominującej oraz brak zaintereso-

wania lub niską waloryzację alternatywnych wzorów kulturowych. W ramach współczesnego społeczeństwa Zachodu dominują wzory demokratyczne i kapitalistyczne, czego konsekwencją jest ich obecność w ramach systemu edukacyjnego.

Do ukrytych funkcji systemu nauczania należy także reprodukcja warstwowej struktury społeczeństwa, przejawiająca się w akademickim systemie selekcji. Z badań przeprowadzonych przez autorów w warunkach francuskich wynika, że szanse dostępu do edukacji akademickiej powiązane są z pochodzeniem społecznym, przy czym przynależność do warstw wyższych zwiększa prawdopodobieństwo jej podjęcia, które jest najniższe w przypadku przynależności do warstw chłopskich i robotniczych³. Właściwości selekcyjne wykazuje również język akademicki, bardziej kompatybilny z *kapitałem lingwistycznym* warstw wyższych. Warto w tym miejscu przywołać wprowadzone przez Bourdieu pojęcie *habitusu* oznaczające „łączny rezultat oddziaływań socjalizacyjnych, jakim podlega w ciągu życia jednostka (...) tj. całokształt nabytych przez nią i utrwalonych dyspozycji do postrzegania, oceniania i reagowania na świat zgodnie z ustalonymi w danym środowisku schematami” (za: Szacki 2007: 894). Ponieważ styl funkcjonowania środowiska akademickiego (język, rytuały itd.) jest zbieżny ze stylem funkcjonowania wyższych warstw społecznych, jednostkom wywodzącym się z nich łatwiej odnaleźć się w sytuacji studiowania⁴.

3 Z drugiej strony Bourdieu i Passeron zwracają uwagę na wysoki potencjał studentów rekrutujących się spośród wymienionych warstw społecznych, wynikający z ich pozytywnej weryfikacji przez wielopoziomowy system egzaminacyjnych sit selekcyjnych.

4 Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych we wszystkich toruńskich szkołach ponadgimnazjalnych, opublikowanych w raporcie rządowym „Młodzi 2011”

Choć przywoływana teoria zrodzona została przed kilkudziesięciami laty w wyniku namysłu nad stanem społeczeństwa francuskiego, interesujące wydaje się zastosowanie jej w przypadku współczesnego społeczeństwa polskiego. Dokonując się po 1989 roku przemiany ustrojowe nie ominęły sfery akademickiej, czego świadectwem jest wzrost odnoszącego się do niej współczynnika scholaryzacji z 12,9% w roku akademickim 1990/1991⁵ do 53,7% pod koniec roku 2010⁶. W rezultacie współcześni studenci stanowią grupę rekrutującą się z warstw społecznych o zróżnicowanych tradycjach akademickich (zob. tabela 6). Z jednej strony pojawiają się wśród nich osoby, których rodzice (a nawet dziadkowie) posiadają wyższe wykształcenie, z drugiej zaś sporą grupę stanowi pierwsze pokolenie studentów.

Jak podaje Zarycki (2009), zgromadzone w obrębie habitusu zasoby kulturowe stanowią w krajach Europy Środkowo-Wschodniej istotny czynnik reprodukcji statusu społecznego. Wśród przywoływanych przez autora, specyficznych zjawisk występujących w Polsce warto wymienić niskie właściwości selekcyjne kapitału kulturowego oraz znaczne zróżnicowanie kulturowe polskich studentów w zależności od pochodzenia warstwowego, przejawiające się np. w gustach muzycznych. Oznacza to, że o ile dostęp do systemu edukacji akademickiej wykazuje znamiona powszechności, o tyle pomiędzy studentami mogą występować różnice w zakresie stopnia internalizacji jego

norm, dopasowania do rządzących nimi reguł i efektywności wykorzystywania dostępnych zasobów. Jako, że przyjęcie roli studenta stanowi istotny budulec tożsamości osób w okresie młodszej dorosłości (por. Arnett 2000), można się spodziewać wpływu niniejszych różnic na subiektywne poczucie dobrostanu psychicznego.

3.2. Rodzina, przyjaciele i partnerzy jako źródła dobrostanu psychicznego

Według definicji Bourdieu kapitał społeczny stanowi „agregat rzeczywistych lub potencjalnych zasobów powiązanych z posiadaniem trwałej sieci mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanych powiązań o wzajemnej znajomości i rozpoznaniu” (za: Portes 1998: 3). Jako istotne źródła kapitału społecznego wskazać można rodzinę, partnerów oraz przyjaciół. Ich wpływ na poziom dobrostanu psychicznego stanowi zaś trwały przedmiot analiz psychologicznych.

Utrzymywanie relacji społecznych, zaspokajając naturalną potrzebę przynależności, samo w sobie przyczynia się do wzrostu poziomu dobrostanu psychicznego oraz koreluje ujemnie z odczuciami lęku, zazdrości, osamotnienia i winy (Myers 2000). Posiadanie grona przyjaciół stanowi również źródło wsparcia społecznego oraz pomaga w wyborze efektywnych strategii radzenia sobie w sytuacjach stresowych. Ludzie pozostający w bliskich, sformalizowanych związkach są mniej podatni na depresję niż osoby nigdy nie zamężne/żonate, żyjące w separacji i rozwiedzione, z drugiej zaś strony częściej określają się jako „bardzo szczęśliwi” (Myers 2008). Stopień w jakim różne typy relacji interpersonalnych wiążą się z zaspokajaniem potrzeb wsparcia materialnego i emocjonalnego oraz dostarczają pozytywnych odczuć wynikających z koleżeństwa przedstawiony został przez Argyle’a (2008). Jak zauważa autor, małżeństwo stanowi największe źródło każdego z wymienionych typów wsparcia,

(str. 46), podjęcie studiów planuje 93,7% młodzieży wywodzącej się z rodzin o wysokim statusie, 73,6% młodzieży z rodzin o średnim statusie i 49,6% młodzieży wywodzącej się z rodzin o niskim statusie.

- 5 Według notatki informacyjnej Głównego Urzędu Statystycznego pt. „Szkoły wyższe w roku 2007/2008”.
- 6 Według danych dostępnych na stronie internetowej Głównego Urzędu Statystycznego: http://www.stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=452484&p_token=0.9320908523272436 (11 VII 2011).

choć istotne znaczenie odgrywają również kontakty z rodzicami, przyjaciółmi i rodzeństwem.

4. Doniesienia z badań

4.1. Problem badawczy i pytania badawcze

Problem badawczy w ramach którego przeprowadzone zostały analizy przedstawione w niniejszym artykule, dotyczy związków kapitału finansowego i kapitału społecznego z poczuciem dobrostanu psychicznego. Poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- a. Czy pomiędzy grupami studentów charakteryzujących się różnym poziomem kapitału finansowego istnieją różnice w zakresie dobrostanu psychicznego?
- b. Czy pomiędzy grupami studentów charakteryzujących się różnym poziomem kapitału społecznego istnieją różnice w zakresie dobrostanu psychicznego?

4.2. Próba badawcza oraz narzędzia badawcze

Badanie przeprowadzone zostało na kwotowej próbie studentów Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach liczącej 473 osoby (318 kobiet i 155 mężczyzn). Badani rekrutowali się spośród osób studiujących na III roku w trybie stacjonarnym. Ich średni wiek wynosił 22,3 lat ($SD = 1,35$ roku, minimum = 20 lat, maksimum = 29 lat).

Poszczególne zmienne związane z kapitałem finansowym i kulturowym zbadano przy pomocy autorskiego Kwestionariusza Badania Kapitału Społecznego⁷ (KBKS). Do pomiaru ogólnego

dobrostanu psychicznego wykorzystano Skalę Satysfakcji z Życia (SWLS). Badanie specyficznych wymiarów dobrostanu psychicznego przeprowadzono z wykorzystaniem przedstawionej w tabeli 1 baterii testów, których zaplecze teoretyczne wykazuje wysoki poziom zbieżności z koncepcją Ryff i Singera⁸. Oprócz wskaźników dobrostanu psychicznego postanowiono zbadać również natężenie dobrostanu fizycznego, które określone zostało przy pomocy skali Witalność Wielowymiarowego Kwestionariusza Samooceny (MSEI). Procedura ta znajduje uzasadnienie w funkcjonujących współcześnie koncepcjach traktujących człowieka w sposób holistyczny, uwzględniający interakcje pomiędzy sferą psychiczną i fizyczną (np. Rook, Lowry 2008).

Wyniki surowe uzyskane przez badanych w skalach ilościowych poddano procedurze normalizacji, a następnie przeliczono na skalę o średniej $M=5,5$ i odchyleniu standardowym $SD=2$. Wszystkie analizy statystyczne przeprowadzone zostały z wykorzystaniem komputerowego pakietu Statistica.

W tabelach 2-6 zaprezentowano informacje na temat poszczególnych grup wyróżnionych według kryterium posiadania określonych zasobów finansowych i społecznych. Zróznicowanie liczebności wynika z braku ustosunkowania się części badanych do niektórych pozycji kwestionariusza KBKS.

Składa się on z pozycji dotyczących m.in. takich charakterystyk osoby badanej, jak płeć, wiek, pozostawanie w bliskim związku uczuciowym, wykształcenie rodziców oraz wykształcenie dziadków, dochód na jednego członka rodziny, miejsce zamieszkania oraz podstawowe źródło utrzymania.

7 Kwestionariusz Badania Kapitału Społecznego to narzędzie służące do zbierania informacji na temat dostępnych jednostce zasobów społecznych i kulturowych.

8 W ramach badań nie wykorzystano oryginalnych skal opracowanych przez Ryff w związku z niewystarczającym poziomem ich właściwości psychometrycznych (na co zwraca uwagę sama autorka koncepcji).

Tabela 1. Narzędzia wykorzystane do badania natężenia poszczególnych wymiarów dobrostanu psychicznego

WYMIAR DOBROSTANU PSYCHICZNEGO	NARZĘDZIE BADAWCZE
samoakceptacja	Skala Samooceny Rosenberga (SES)
pozytywne relacje z innymi	Skala Bycie kochanym Wielowymiarowego Kwestionariusza Samooceny (MSEI)
rozwój osobisty i cel życiowy	Kwestionariusz Rozwoju Osobistego (KRO) ⁹
biegłość środowiskowa	Uogólniona Skala Własnej Samoskuteczności (GSES) Skale Kompetencje i Popularność Wielowymiarowego Kwestionariusza Samooceny (MSEI)
autonomia	Skala Integracja tożsamości Wielowymiarowego Kwestionariusza Samooceny (MSEI)

Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Zaangażowanie członków próby badawczej w bliski związek emocjonalny

ZAAANGAŻOWANIE W BLISKI ZWIĄZEK EMOCJONALNY	LICZBA OSÓB	% OSÓB
brak	205	43,8%
związek nieformalny	253	54,1%
związek formalny	10	2,1%
razem	468	100%

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Zamieszkiwanie z rodziną wśród członków próby badawczej

ZAMIESZKIWANIE Z RODZINĄ	LICZBA OSÓB	% OSÓB
tak	364	77,3%
nie	107	22,7%
razem	471	100%

Źródło: opracowanie własne

9 Narzędzie autorskie opracowane na podstawie skali SWLS, którego rzetelność mierzona metodą α Cronbacha wynosi 0,83. Zgodność kwestionariusza z założeniami teorii Ryff przedyskutowana została z grupą pracowników Instytutu Psychologii UŚ zaznajomionych z sześciowymiarową koncepcją dobrostanu psychicznego.

Tabela 4. Podstawowe źródło utrzymania członków próby badawczej

PODSTAWOWE ŹRÓDŁO UTRZYMANIA	LICZBA OSÓB	% OSÓB
rodzina	373	79,5%
samodzielnie	42	9,0%
inne ¹⁰	54	11,5%
razem	469	100%

Źródło: opracowanie własne

Tabela 5. Przynależność członków próby badawczej do wyodrębnionych grup dochodowych

GRUPA DOCHODOWA (dochód brutto na osobę)	LICZBA OSÓB	% OSÓB
do minimum socjalnego	102	33,2%
minimum socjalne < X ≤ płaca minimalna	95	30,9%
płaca minimalna < X ≤ średnia krajowa	97	31,6%
powyżej średniej krajowej	13	4,2%
wszyscy	307	100%

Źródło: opracowanie własne

10 Najczęściej pomoc rodziny oraz samodzielne zdobywanie środków realizowane w równym stopniu.

Tabela 6. Rodzinne tradycje akademickie członków próby badawczej

POKOLENIE STUDENTÓW	LICZBA OSÓB	% OSÓB
pierwsze	268	58,1%
drugie	123	26,7%
trzecie	70	15,2%
razem	461	100%

Źródło: opracowanie własne

4.2. Wyniki badań

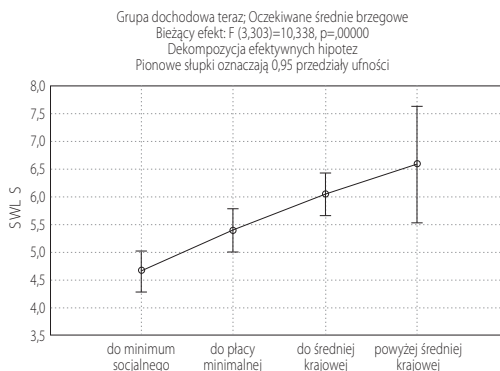
W poszczególnych częściach niniejszego podrozdziału zaprezentowano wyniki analiz dotyczących związków kapitału finansowego i społecznego z poczuciem dobrostanu psychicznego¹¹. Wszystkie rysunki i tabele przedstawiają zależności istotne statystycznie. Analizy, w przypadku których nie odnotowano statystycznie istotnych związków, zasygnalizowane zostały w tekście ciągłym.

4.2.1. Znaczenie kapitału finansowego

Rysunek 1 ukazuje wartości ogólnego poziomu satysfakcji z życia uzyskane przez badanych przyporządkowanych do poszczególnych grup dochodowych. Zależność pomiędzy wymienionymi zmiennymi przyjmuje formę liniową – im wyższymi dochodami dysponują studenci, tym bardziej zadowoleni są oni z dotychczasowych życiowych doświadczeń. Zjawisko to daje się wyjaśnić przynależnością Polski do grupy krajów rozwijających się, w których obserwowana jest wyraźna zależność pomiędzy zadowoleniem z życia a sytuacją materialną. W kontek-

11 Istotność różnic międzygrupowych badano z zastosowaniem parametrycznej analizy wariancji lub (w sytuacji, gdy rozkład zmiennych uniemożliwiał zastosowanie testów parametrycznych; zob. Stanisz 2006) analizy wariancji rang.

Rys. 1. Grupa dochodowa a ogólny dobrostan psychiczny

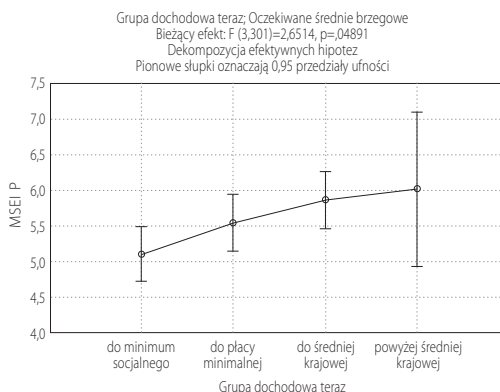


Źródło: opracowanie własne

ście informacji na temat zróżnicowania studentckiego dostępu do zasobów finansowych (blisko 1/3 studentów przynależy do grupy dysponującej środkami nie przekraczającymi minimum socjalnego – zob. tabela 5) omawiane różnice mogą budzić niepokój. Aby dostrzec skalę ich znaczenia w szczegółowych wymiarach dobrostanu warto przyrzeć się dalej przedstawianym analizom.

Zależności pomiędzy poziomem dochodów a zmiennymi charakteryzującymi subiektywną percepcję biegłości środowiskowej przedstawiono w tabeli 7 oraz na rysunkach 2 i 3. Tabela 7 zawiera informacje na temat związków przynależności do grupy dochodowej z poczuciem własnej samoskuteczności. Najwyższe wyniki, istot-

Rys. 2. Grupa dochodowa a popularność



Źródło: opracowanie własne

Tabela 7. Grupa dochodowa a poczucie własnej samoskuteczności

ANOVA RANG				
Test Kruskala-Wallis: $H (df = 3, N = 307) = 30,54; p < 0,01$				
GRUPA DOCHODOWA	N ważnych	Suma rang	Średnia ranga	
do minimum socjalnego	102	13030	127,75	
minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	95	14073	148,14	
płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa	97	16892	174,14	
powyżej średniej krajowej	13	3283	252,54	

WARTOŚĆ p DLA PORÓWNAŃ WIELOKROTNYCH (DWUSTRONNYCH)			
(*wartość p istotna statystycznie)			
GRUPA DOCHODOWA	do minimum socjalnego	minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa
minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	0,64	x	x
płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa	$<0,01^*$	0,25	x
powyżej średniej krajowej	$<0,01^*$	$<0,01^*$	0,02*

Źródło: opracowanie własne

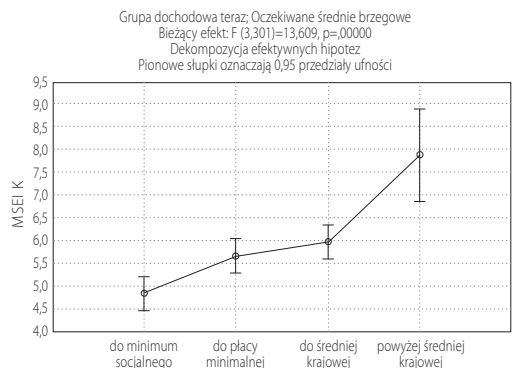
nie różniące się od uzyskanych w pozostałych grupach, cechują osoby o dochodach przekraczających wartość średniej krajowej, zaś wyniki najniższe są charakterystyczne dla osób, których dochody nie przekraczają wartości minimum socjalnego. W przypadku studentów posiadany wysoki kapitał finansowy wiąże się więc z umiejętnościami pozwalającymi na sprawne radzenie sobie z podejmowanymi zadaniami i ich finalizację, zaś obiektywnie niskie zasoby materialne pociągają mogą za sobą trudności w efektywnym stawianiu czoła wyzwaniom.

Rysunek 2 przedstawia związki przynależności do grupy dochodowej z subiektywną oceną własnej popularności w grupie. Podobnie jak w przypadku własnej samoskuteczności, zależność pomiędzy wymienionymi zmiennymi ma charakter liniowy. Najniższy poziom samooceny w zakresie popularności wykazują osoby o dochodach nie przekraczających minimum socjalnego, zaś poziom najwyższy charakteryzują najbardziej zamożnych studentów. Oznacza to, że szeroki dostęp do środków materialnych skutkować może łatwością nawiązywania kon-

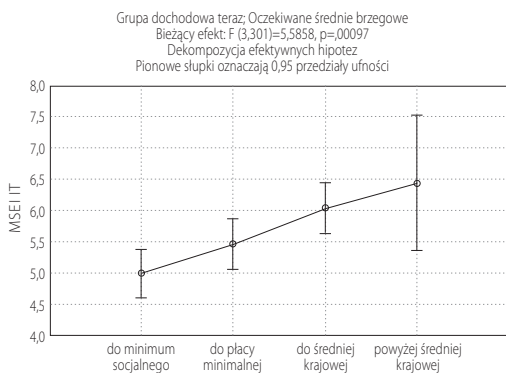
taktów społecznych oraz wysoką pozycją w hierarchii grupowej.

Badanie związku posiadanego kapitału finansowego z poczuciem biegłości środowiskowej uzupełniona przedstawiona na rysunku 3 analiza zależności pomiędzy przynależnością do określonej grupy dochodowej a subiektywną oceną własnych kompetencji, powiązanych np. z odgrywanymi rolami społecznymi. Dostęp do większych

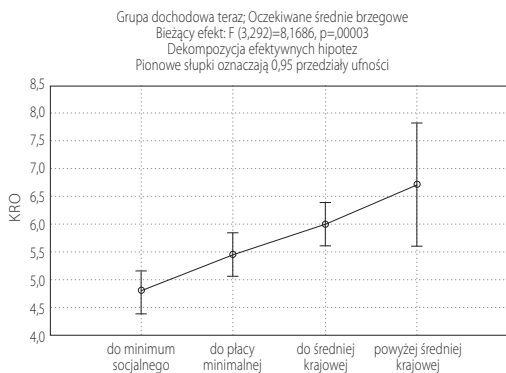
Rys. 3. Grupa dochodowa a kompetencje



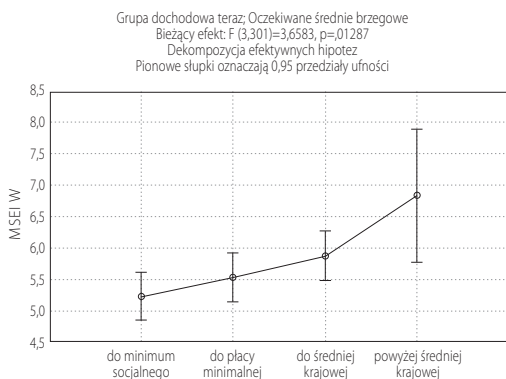
Źródło: opracowanie własne

Rys. 4. Grupa dochodowa a integracja tożsamości

Źródło: opracowanie własne

Rys. 5. Grupa dochodowa a rozwój osobisty

Źródło: opracowanie własne

Rys. 6. Grupa dochodowa a witalność

Źródło: opracowanie własne

zasobów materialnych wiąże się z wysokim poczuciem życiowej zaradności i posiadania wiedzy oraz umiejętności umożliwiających skuteczne działanie. Tendencja ta jest szczególnie widoczna u osób należących do grupy charakteryzującej się najlepszą sytuacją materialną.

Dynamika omawianych zależności jest bardzo istotna w przypadku aktywności studenckiej, która z definicji nastawiona jest na konkurencyjność oraz poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań i interesujących problemów badawczych. Różnice w zakresie spostrzeganego poziomu samoskuteczności, kompetencji oraz popularności przekładać mogą się na osiągnięty poziom sukcesu akademickiego. Sprzyja to konserwacji ukrytych mechanizmów rozwarstwienia społecznego, o których wspominali Bourdieu i Passeron.

Na rysunkach 4 i 5 przedstawiono związki pomiędzy przynależnością do grupy dochodowej a wskaźnikami autonomii (integracja tożsamości) i rozwoju osobistego. W obu przypadkach związki te mają charakter liniowy, przy czym najwyższe wyniki charakteryzują studentów, których dochód na osobę osiąga górny pułap. Poziom kapitału finansowego można uznać więc za czynnik pomagający w utrwalaniu poczucia ciągłości „ja” oraz sprzyjający budowaniu własnego systemu wartości i życiowych planów. Z drugiej strony integracja tożsamości może stanowić efekt dynamiki procesu rozwoju osobistego, który również zależny jest od dostępu do środków finansowych, pozwalających np. na częstsze doświadczenia stymulujące rozwój osobisty (np. udział w sferze sztuki, podróże, kontakty międzykulturowe). Co ciekawe, wyższy poziom kapitału finansowego przekłada się również na zwiększone poczucie witalności i zdrowia fizycznego (zob. rysunek 6). Może się to wiązać z większym dostępem do sfery medycznej oraz poprawiających kondycję środków rekreacji (sprzęt sportowy, różnorodne formy wypoczynku), a także obiektywnie lepszymi

Tabela 8. Grupa dochodowa a samoocena

ANOVA RANG			
Test Kruskala-Wallis: $H(df = 3, N = 305) = 23,19; p < 0,01$			
GRUPA DOCHODOWA	N ważnych	Suma rang	Średnia ranga
do minimum socjalnego	101	12096,5	119,77
minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	95	15479	162,94
płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa	96	16570	172,60
powyżej średniej krajowej	13	2519,5	193,81

WARTOŚĆ p DLA PORÓWNAŃ WIELOKROTNYCH (DWUSTRONNYCH)
(*wartość p istotna statystycznie)

GRUPA DOCHODOWA	do minimum socjalnego	minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa
minimum socjalne $< X \leq$ płaca minimalna	$<0,01^*$	x	x
płaca minimalna $< X \leq$ średnia krajowa	$<0,01^*$	1	x
Powyżej średniej krajowej	0,03*	1	1

Źródło: opracowanie własne

warunkami bytowymi (jakość żywienia, standard mieszkania).

Przedstawione w niniejszej części dane wskazują jednoznacznie na istnienie zależności pomiędzy poziomem kapitału finansowego a charakteryzującym studentów poczuciem dobrostanu psychicznego. Dostęp do środków finansowych przekłada się zarówno na ogólny poziom satysfakcji z życia, jak i specyficzne wymiary biegiłości środowiskowej, rozwoju osobistego oraz autonomii. Odnotowano również związek pomiędzy przynależnością do określonej grupy dochodowej a witalnością. Uznawszy, że poziom kapitału finansowego studentów w znacznym stopniu jest niezależny od ich własnej aktywności (lecz wiąże się z dostępem do zasobów generowanych przez rodziców lub opiekunów), postrzegać można go jako istotny czynnik wpływający na kształt różnic w poziomach rzeczywistej efektywności studenckiej. Zasadny wydaje się więc postulat prowadzenia przez uczelnie wyższe polityki zmierzającej

do niwelowania różnic finansowych pomiędzy studentami (system stypendiów, zniżek, ulg), co w pewnym stopniu przyczyni się do wyrównania szans w procesie budowania studenckich karier. Działania te są szczególnie istotne z punktu widzenia występujących pomiędzy studentami najuboższymi a resztą studiujących różnic w samoocenie¹², przedstawionych w tabeli 8. Prezentowane dane wskazują na pojawianie się w sytuacji deprivacji finansowej zjawisk generujących problemy w zakresie wizerunku własnej osoby. Mogą one wynikać np. z dokonywanych porównań „w górę” lub konieczności podejmowania działań mających negatywny wpływ na charakter przekonań o sobie samym (np. sposoby zdobywania środków finansowych, sposoby uczestniczenia w sferze konsumpcji).

12 Będącej wskaźnikiem samoakceptacji.

Warto zauważyć jednak, że pomiędzy grupami charakteryzującymi się zróżnicowanym poziomem dochodów nie odnotowane zostały istotne różnice w zakresie bycia kochanym. Oznacza to, że w ramach charakteryzowanej przez niniejszą zmienną sfery pozytywnych relacji z innymi dostępność zasobów finansowych nie odgrywa ważnej roli.

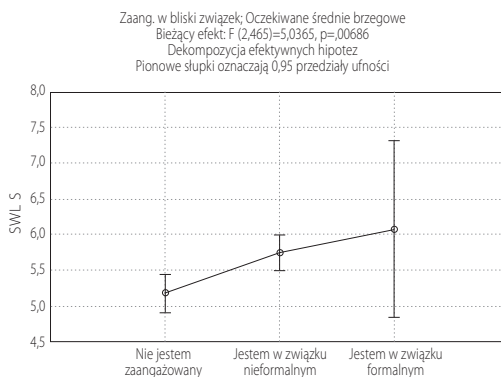
4.2.2. Znaczenie kapitału społecznego

4.2.2.1. Zaangażowanie w bliski związek

Zależności pomiędzy zaangażowaniem w bliski związek a ogólnym poziomem dobrostanu psychicznego studentów przedstawione zostały na rysunku 7. Posiadanie partnera wiąże się z wyższym poziomem zadowolenia z życia, przy czym efekt ten jest silniejszy w przypadku związków sformalizowanych. Oznacza to, że bliskie relacje interpersonalne stanowią w przypadku młodych dorosłych istotny czynnik podwyższający poziom życiowej satysfakcji. Zaangażowanie w bliski związek znacznie przyczynia się również do wzrostu poziomu dobrostanu psychicznego w wymiarze pozytywnych relacji z innymi, którego wskaźnikiem jest subiektywne poczucie bycia kochanym (zob. rysunek 8). Odnotowane w tym przypadku, istotne różnice międzygrupowe świadczą o roli, jaką bliskie związki odgrywają w procesie stymulowania sfery pozytywnych doznań emocjonalnych.

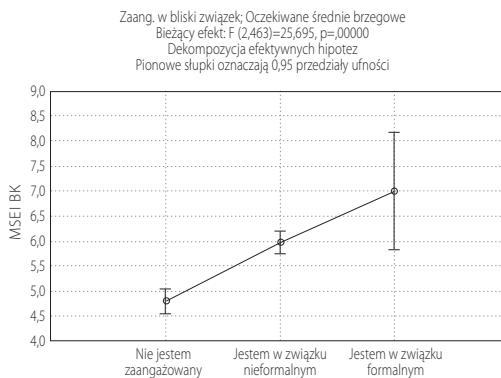
Na rysunku 9 ukazane zostały zależności pomiędzy zaangażowaniem w bliski związek a poczuciem biegłości środowiskowej w jej społecznym wymiarze (popularność). Studenci nie posiadający partnerów charakteryzowali się najniższym poczuciem popularności, zaś najwyższe wartości niniejszej zmiennej odnotowano w grupie osób pozostających w związku nieformalnym. Świadczyć może to o roli zaangażowania w związek polegającej na stymulowaniu poczucia społecznej atrakcyjności i kompetencji dotyczą-

Rys. 7. Zaangażowanie w bliski związek a ogólny dobrostan psychiczny



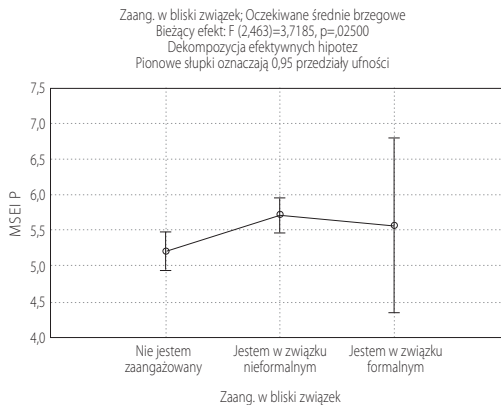
Źródło: opracowanie własne

Rys. 8. Zaangażowanie w bliski związek a bycie kochanym



Źródło: opracowanie własne

Rys. 9. Zaangażowanie w bliski związek a popularność



Źródło: opracowanie własne

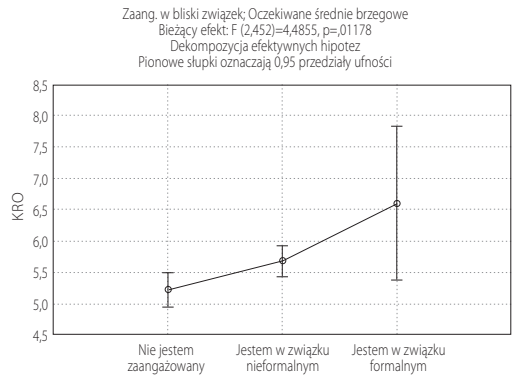
cych inicjowania i utrzymywania bliskich relacji. Niewielki spadek subiektywnego poczucia popularności odnotowywany wśród studentów będących w związkach formalnych wskazuje na obniżanie się istotności niniejszej sfery w sytuacji silniejszego osadzenia w roli czyjegoś partnera. Z drugiej strony spadek ten można uznać za świadectwo obiektywnego zmniejszania się poziomu popularności grupowej osób wchodzących w sformalizowany związek¹³.

Według danych ukazanych na rysunku 10 zaangażowanie w bliski związek odgrywa rolę istotnego zasobu sprzyjającego podwyższaniu się subiektywnego poczucia osobistego rozwoju. Może to wynikać z funkcji katalizujących, jakie pełni posiadanie partnera w okresie młodszej dorosłości w sferach emocjonalnej i seksualnej. Przyjęcie zestawu ról pojawiających się w sytuacji zaangażowania w związek (partner seksualny, partner emocjonalny, mąż/zona, odpowiedzialność za utrzymywanie gospodarstwa domowego) stanowi dla jednostki wskaźnik poziomu zaawansowania w procesie samorozwoju.

Omówione zależności wskazują na pozytywny wpływ, jaki na poczucie dobrostanu psychicznego wywiera zaangażowanie w bliski związek. Osoby pozostające w związkach czerpią więcej satysfakcji z życia oraz wykazują wyższy poziom zadowolenia z relacji interpersonalnych i spostrzeganego rozwoju osobistego. Warto zauważyć, że nie odnotowano zróżnicowania pomiędzy osobami o różnym poziomie zaangażowania w związek w zakresie takich wskaźników dobrostanu, jak poczucie własnej samoskuteczności i kompetencji, integracja tożsamości oraz witalność. Oznacza to, że w ramach sfer charakteryzowanych przez niniejsze zmienne zaangażowanie w bliski związek nie pełni istotnej funkcji.

13 Wejście w rolę męża/zony może pociągać za sobą konieczność pełnienia funkcji zmniejszających ilość czasu przeznaczanego na kontakty z grupą rówieśniczą.

Rys. 10. Zaangażowanie w bliski związek a rozwój osobisty

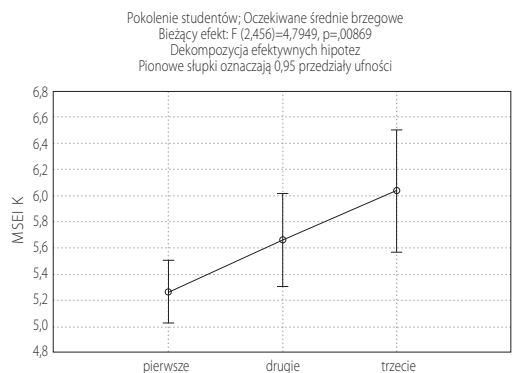


Źródło: opracowanie własne

4.2.2.2. Tradycje rodzinne związane z edukacją akademicką

Badanie relacji łączących posiadanie rodzinnych tradycji akademickich z poczuciem dobrostanu psychicznego bezpośrednio wywodzi się z zaproponowanych przez Bourdieu koncepcji habitusu. Istotna zależność zaobserwowana została jedynie w przypadku charakteryzującego studentów poczucia biegłości środowiskowej, wskaźnikowanego przez poziom kompetencji (zob. rysunek 11).

Rys. 11. Pokolenie studentów a kompetencje



Źródło: opracowanie własne

Wraz z natężeniem rodzinnych tradycji akademickich rośnie u studentów subiektywne poczucie posiadanych kompetencji. Może się to wiązać z właściwościami systemu edukacji akademickiej, charakteryzowanego przez sytuacje samodzielnego zdobywania informacji, egzaminy oraz spełnianie określonych wymogów formalnych (kontakty z wykładowcami, dziekanatem itd.) i nieformalnych (wygląd, sposób wyśławiania się). Posiadany przez studentów o rodzinnych tradycjach akademickich habitus sprawia, że dopasowują się oni do systemu akademickiego szybciej i w sposób bardziej spontaniczny, zaś pojawiające się pytania oraz wątpliwości konsultują najpierw w bezpiecznym otoczeniu bliskich osób. Pierwsze pokolenie studentów może odczuwać natomiast dyskomfort związany z brakiem podobieństwa sytuacji nauki akademickiej do znanych dotychczas aktywności.

Niniejsza analiza potwierdza część wyartykułowanych przez Bourdieu i Passerona tez mówiących o różnicy w poziomie zasobów społecznych charakteryzującej studentów wywodzących się z warstw o odmiennych tradycjach akademickich. Należy jednak zasygnalizować brak odnotowania istotnych różnic między analizowanymi grupami studentów w zakresie pozostałych badanych wskaźników dobrostanu, co w kontekście innych prezentowanych w artykule danych przemawia za uznaniem tradycji akademickich za czynnik o bardzo niewielkim znaczeniu dla studenckiego poczucia zadowolenia z życia.

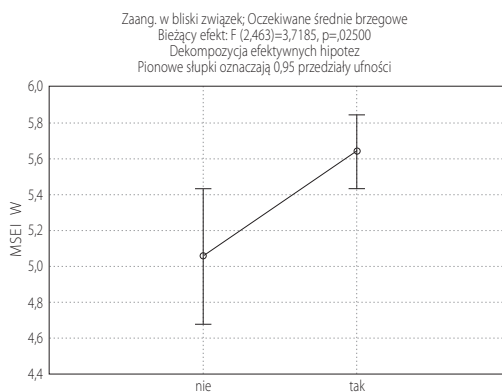
4.2.2.3. Zamieszkiwanie z rodziną w trakcie studiów

Wśród studentów, którzy w czasie studiów zamieszkują z rodziną zaobserwowano wyższy poziom witalności niż w przypadku badanych mieszkających samodzielnie (zob. rysunek 12). Zamieszkiwanie z bliskimi osobami stanowi więc zasób zwiększający subiektywne poczucie zdrowia i dobrej kondycji. Przyczyny niniejsze-

go zjawiska ułożone mogą być w konieczności zwiększenia wysiłku wkładanego we własne utrzymanie w przypadku opuszczenia domu rodzinnego. Godzenie aktywności studenckiej z codziennymi zakupami, prowadzeniem gospodarstwa domowego oraz pielęgnacji zdrowia jest znacznie trudniejsze w sytuacji braku możliwości podziału obowiązków pomiędzy wszystkich domowników. W rezultacie u młodych dorosłych decydujących się na samodzielne mieszkanie pojawia się zaobserwowane w badaniu poczucie wyczerpania i spadku kondycji.

Należy zauważyć, że zamieszkiwanie z rodziną nie stanowi kryterium różnicującego w zakresie innych zmiennych określających poziom studenckiego dobrostanu, co przemawia za uznaniem go za aspekt niezbyt istotny z punktu widzenia dobrostanu psychicznego.

Rys. 12. Zamieszkiwanie z rodziną a witalność



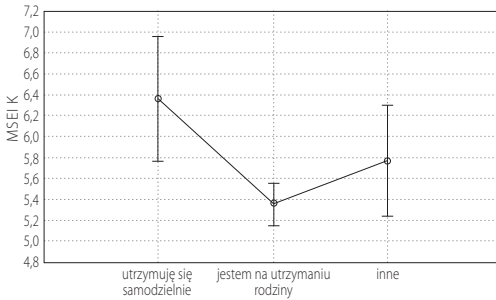
Źródło: opracowanie własne

4.2.2.4. Podstawowe źródło utrzymania

Analiza danych zaprezentowanych na rysunku 13 wskazuje na istnienie zależności pomiędzy podstawowym źródłem utrzymania studentów a dobrostanem psychicznym w wymiarze biegłości środowiskowej, charakteryzowanym przez poczucie kompetencji. U osób

Rys. 13. Podstawowe źródło utrzymania a kompetencje

Źr. utrzymania; Oczekiwane średnie brzegowe
 Bieżący efekt: $F(2,464)=5,5255$, $p=0,0425$
 Dekompozycja efektywnych hipotez
 Pionowe słupki oznaczają 0,95 przedziały ufności



Źródło: opracowanie własne

utrzymujących się samodzielnie odnotowano znacznie wyższe natężenie niniejszej zmiennej niż w przypadku studentów pozostających na utrzymaniu rodziny. Badani deklarujący inne podstawowe źródło dochodu (najczęściej oznaczające zarówno własną pracę jak i pomoc rodziny) wykazywali pośredni subiektywny poziom kompetencji.

Odnotowane zależności mogą być powiązane z gratyfikującymi właściwościami samodzielnego utrzymywania się. Generowanie dochodu, będąc świadectwem życiowej zaradności oraz umiejętności realizowania zamierzonych celów, stanowi w tym przypadku element sprzyjający osiągnięciu życiowej satysfakcji w jednym z jej wymiarów. Z drugiej strony pozostawanie na utrzymaniu rodziców w kontekście spostrzeganej aktywności dochodowej innych studentów (będących w tym przypadku grupą odniesienia) może obniżać poziom przekonań na temat własnych umiejętności efektywnego zarządzania dostępnymi w otoczeniu możliwościami.

Wspomnieć trzeba, że nie odnotowano innych zależności pomiędzy posiadanym, głównym źródłem utrzymania a wskaźnikami dobrostanu psychicznego, co w perspektywie ogólnego zadowolenia z życia wskazuje na bardzo niewielkie znaczenie niniejszego czynnika.

5. Podsumowanie

W artykule zaprezentowano wyniki badań dotyczących związków pomiędzy posiadanymi przez studentów zasobami kapitału finansowego i społecznego a poczuciem dobrostanu psychicznego. Najbardziej wyraziste zależności odnotowane zostały w przypadku przynależności do określonej grupy dochodowej oraz zaangażowania w bliski związek. Istotne oddziaływania o mniejszym zasięgu zaobserwowano w przypadku rodzinnych tradycji akademickich, zamieszkiwania z rodziną oraz podstawowego źródła utrzymania.

Przedstawione zależności, wpisując się w tradycję badań nad ponadjednostkowymi wyznacznikami dobrostanu psychicznego, mogą stanowić motywację podjęcia działań mających na celu utrzymywanie w populacji studentów wysokiego poczucia zadowolenia z życia. Jeśli bieżący trend zostanie utrzymany, edukacja akademicka stanie się wkrótce standardowym elementem kształcenia młodego człowieka. Dostrzegając znaczenie uwarunkowań zewnętrznych związanych z przynależnością do określonej grupy dochodowej, postulować można wprowadzenie regulacji niwelujących wpływ czynników utrudniających studentom równy start w karierze. Mając zaś na uwadze pozytywne konsekwencje dla dobrostanu psychicznego wynikające z zaangażowania w bliskie związki emocjonalne, warto popularyzować wiedzę o nich wśród samych studentów. Odpowiednie kanały komunikacji stanowią w tym przypadku np. uniwersyteckie poradnie psychologiczne, studenckie media oraz kursy psychologii lub socjologii realizowane w ramach standardowych programów nauczania wielu kierunków. Działania te, obok standardowych procedur związanych z działalnością uczelnianych biur karier, stymulować mogą studenckie poczucie kompetencji, własnej wartości oraz życiowej zaradności, przydatne m.in. z punktu widzenia wymogów współczesnego rynku pracy.

Bibliografia:

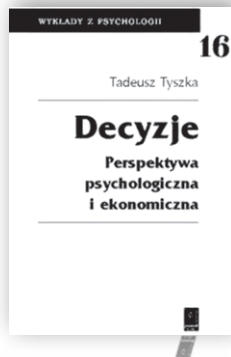
- Argyle, M. (2005). *Przyczyny i korelaty szczęścia* (przeł. J. Rzdziński). W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 163-203). Warszawa: PWN.
- Arnett J.J. (2000). *Emerging Adulthood. A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties*. *American Psychologist*, 55, 469-480.
- Bourdieu, P., Passeron, J.-C. (2006). *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania* (przeł. E. Neyman). Warszawa: PWN.
- Czapiński, J. (2004). *Ekonomiczne przesłanki i efekty dobrostanu psychicznego*, W: T. Tysza (red.), *Psychologia ekonomiczna* (s. 192-242). Gdańsk: GWP.
- Czapiński, J. (2008). *Czy szczęście popłaca? Dobrostan psychiczny jako przyczyna pomyślności życiowej*. W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 235-254). Warszawa: PWN.
- Diener, E. (2000). *Subjective Well-Being. A Science of Happiness and a Proposal for a National Index*. *American Psychologist*, 55, 34-43.
- Diener, E., Suh, E.M., Lucas, R.E., Smith, H.L. (1999). *Subjective Well-Being: Three Decades of Progress*. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- Diener, E., Lucas, R.E., Oishi, S. (2008). *Dobrostan psychiczny. Nauka o szczęściu i zadowoleniu z życia* (przeł. M. Szuster). W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 35-50). Warszawa: PWN.
- Ferenec, D. (2008). *Wielowymiarowy kwestionariusz samooceny MSEI*. Warszawa: PTP.
- Górnik-Durose, M. (2005). *Psychologiczne koszty dobrobytu, czyli dlaczego nie jesteśmy tym szczęśliwsi im bogatsi*. *Kolokwia Psychologiczne*, 13, 205-218.
- Leszkowicz-Baczyński, J. (2010). *Konsumpcja klasy średniej w Polsce. Czy konsumowanie wyznacza etos?* W: A.M. Zawadzka, M. Górnik-Durose (red.), *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu. Psychologiczne ścieżki współzależności* (s. 34-46). Sopot: GWP.
- Myers, D.G. (2000). *The Funds, Friends and Faith of Happy People*. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Myers, D.G. (2008). *Bliskie związki a jakość życia* (przeł. J. Rzdziński). W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 204-234). Warszawa: PWN.
- Ost, D. (2007). *Kłeska „Solidarności”* (przeł. H. Jankowska). Warszawa: Muza SA.
- Portes, A. (1998). *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Rook, G.A.W., Lowry, Ch.A. (2008). *The hygiene hypothesis and psychiatric disorders*. *Trends in Immunology*, 29, 150-158.
- Ryff, C.D. (1995). *Psychological Well-Being in Adult Life*. *Current Directions in Psychological Science*, 4, 99-104.
- Ryff, C.D., Keyes, C.L.M. (1995). *The Structure of a Psychological Well-Being Revisited*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 719-727.
- Ryff, C.D., Heidrich, S.M. (1997). *Experience and Well-Being: Explorations on Domains of Life and How They Matter*. *International Journal of Behavioral Development*, 20, 193-206.
- Ryff, C.D., Singer, B.H. (2008). *Know Thyself and Become What You Are: An Eudaimonic Approach To Psychological Well-Being*. *Journal of Happiness Studies*, 9, 13-39.
- Stanisz, A. (2006). *Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 1. Statystyki podstawowe*. Kraków: StatSoft.
- Szacki, J. (2007). *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: PWN.
- Zarycki, T. (2009). *Kapitał kulturowy – założenia i perspektywy zastosowań teorii Pierre'a Bourdieu*. *Psychologia społeczna*, 4, 12-25

5

Recenzja książki
„Decyzje”

Prof. dr hab. Tadeusza Tyszki

ANNA MARIA ZAWADZKA



Książka „Decyzje” dotyczy decyzji podejmowanych przez osobę, przez każdego z nas. Monografia napisana jest w nurcie psychologicznej (inaczej behawioralnej) teorii decyzji, w której przyjmuje się, że szereg mechanizmów może leżeć u podłoża ludzkich decyzji a człowiek przyjmuje te, które pozwalają mu najlepiej zaadoptować się do danej sytuacji. Monografia składa się z dwóch części, które poprzedza wprowadzenie. Na początku Autor określa czym jest decyzja i z jakimi sytuacjami decyzyjnymi mamy do czynienia podejmując decyzje w rzeczywistości. Korzenie współczesnego popularnego podejścia do decyzji można odnaleźć już w średniowieczu u Św. Tomasza z Akwinu. W części pierwszej Autor przybliży czytelnikowi różnorodność aspektów sytuacji decyzyjnych. Wyjaśnia kiedy i jakie sytuacje skłaniają nas do uświadomienia potrzeby podjęcia decyzji, jak przyjmowana perspektywa i towarzyszące decyzji założenia wpływają na skutki i jakość decyzji. Przybliżając teorię Autor odwołuje się do uznanych dzieł literackich takich autorów jak np. Adam Mickiewicz, Fiodor Dostojewski, Jerome Jerome, Wiliam Faulkner czy Św. Augustyn i pozwala przeżyć je na nowo w nurcie psychologicznych teorii decyzji.

Autor wskazuje jakim złudzeniom racjonalności osoba może ulegać na każdym etapie decyzji oraz w jakie łapki się pułapki związane z nieadekwatną czy uproszczoną oceną sytuacji decyzyjnej. Są to ważne treści, gdyż pozwalają zrozumieć jakie mogą być źródła decyzji niesatysfakcjonujących lub tych, po których możemy odczuwać żal i dyskomfort. W książce wskazano na wachlarz mechanizmów leżących u podstaw przebiegu procesów poznawczych człowieka, które towarzyszą podejmowaniu decyzji. Wśród nich opisano konsekwencje błędnego formułowania problemu i stosowania uproszczonych reguł myślenia dla wyniku podejmowanej decyzji w różnych sferach życia społecznego, od

decyzji moralnych poprzez decyzje zakupowe do decyzji na szczeblu polityki zatrudnienia. Autor wyjaśnia także jaki wpływ na decyzje mogą mieć emocje, omawia ważny z perspektywy współczesności problem źródeł decyzji impulsywnych i braku samokontroli oraz wskazuje na ile dylematy moralne mogą mieć znaczenie dla wyniku decyzji. W pierwszej części książki Autor nawiązuje także do jednej z szeroko cytowanych i dyskutowanych teorii XX wieku – teorii użyteczności i wskazuje na jej nowe oblicze prezentowane w psychologii, którym jest teoria użyteczności doświadczalnej.

Druga część monografii stanowi kompendium wiedzy o decyzjach podejmowanych w warunkach ryzyka i niepewności. Wyróżnienie tej części w książce w szczególny sposób podkreśla czytelnikowi wagę sytuacji w jakiej przychodzi podejmować decyzje, dla jej wyniku. Zaprezentowano tam treści pozwalające poznać i zrozumieć jak ocenia się prawdopodobieństwo ewentualnych strat i korzyści podejmowanych decyzji. Autor wskazuje ograniczenia teorii decyzji z nurtu oczekiwanej użyteczności i wskazuje na możliwości jakie daje analiza decyzji ryzykownych w teorii perspektywy.

Autor w sposób ciekawy opowiada o mechanizmach, jakie są odpowiedzialne za błędy związane z oszacowaniem ryzyka. Mechanizmy te ilustruje odwołując się do przykładów źle podjętych decyzji ryzykownych w przedsiębiorstwach i innego typu organizacjach. W ten sposób można się dowiedzieć jakie mechanizmy mogą kierować np., załogą, której lot kończy się katastrofą oraz co może być przyczyną decyzji inwestycyjnych, które kończą się finansowym krachem. Książka traktuje także o tym czy warto, czy nie podejmować decyzje w grupie oraz jakie są pobudki i czym charakteryzują się decyzje inwestycyjne, podejmowane przez przedsiębiorców i te związane z hazardem.

Poza walorami treściowymi książka ma także inne mocne strony warte wskazania. Omawiana monografia stanowi pierwsze w Polsce tak obszernie opracowanie poświęcone w całości zagadnieniu decyzji w kontekście psychologicznej teorii decyzji. Monografia dostarcza przeglądu wniosków z badań empirycznych, w których analizowano wielorakie psychologiczne uwarunkowania podejmowania decyzji. Złożone zagadnienie decyzji prezentowane jest w sposób ciekawy, przystępny i czytelny oraz obrazowane jest licznymi przykładami nawiązującymi do praktyki życia codziennego, do faktów historycznych i wątków decyzyjnych z uznanych dzieł literackich.

Lektura monografii nakłania czytelnika do refleksji nad efektywnym podejmowaniem decyzji (tj. przemyślenia podejmowanych decyzji) i dostarcza porady co powinno się uwzględnić analizując dostępne opcje, aby podjęta decyzja była satysfakcjonująca.

Co ważne, z książki można dowiedzieć się także jak wiedza na temat wieloaspektowości decyzji jest wykorzystywana przez tych, którym zależy aby ludzie podejmowali decyzje szybko i niekoniecznie z korzyścią dla siebie – czyli np. sprzedawców, marketingowców, polityków.

Monografia może znaleźć czytelnika w szerokim kręgu odbiorców począwszy od studentów psychologii, ekonomii, finansów, prawa, poprzez przedsiębiorców, ekonomistów, finansistów, polityków, ludzi mediów, prawników, może być przydatna dla każdego kto podejmuje decyzje i chce aby były one satysfakcjonujące dla niego i innych.

6

W poszukiwaniu jedności
w różnorodności
– XXXIV Zjazd Naukowy
Polskiego Towarzystwa
Psychologicznego

MAŁGORZATA GÓRNIK-DUROSE

Wiceprzewodnicząca Komitetu Programowego

XXXIV Zjazdu Naukowego PTP



Jego Magnificencja Rektor Uniwersytetu Śląskiego prof. dr hab. Wiesław Banyś w trakcie otwarcia Zjazdu

W dniach 18-21 września 2011 odbył się w Katowicach XXXIV Zjazd Naukowy Polskiego Towarzystwa Psychologicznego pod hasłem „Oblicza współczesnej psychologii – jedność w różnorodności?” Zjazd zorganizował Zarząd Główny i Zarząd Oddziału Polskiego Towarzystwa Psychologicznego w Katowicach pod merytoryczną opieką Instytutu Psychologii Uniwersytetu Śląskiego. Głównym założeniem programowym Zjazdu było pokazanie różnorodności współczesnej psychologii, zarówno jako dyscypliny naukowej, jak i sfery działalności praktycznej. Zróżnicowanie sposobów uprawiania psychologii w Polsce i na świecie jest faktem, który nie podlega dyskusji. Jednakże Zjazd miał również na celu podkreślenie jedności psychologii, która opiera się na dwóch filarach – metodologicznym i etycznym. Dr hab. Zbigniew

Spendel – przewodniczący Komitetu Programowego XXXIV Zjazdu PTP, wyakcentował to w założeniach programowych Zjazdu, pisząc: „Racjonalność, szeroko rozumiany empiryzm oraz afirmacja godności osoby ludzkiej stanowią (...) konstytutywne i integrujące idee psychologii. O istocie i tożsamości psychologii decyduje zatem jej poszanowanie dla rudymenatnych zasad metodologicznych i wartości moralnych”.

Na takim tle dyskutowano o konkretnych problemach związanych z funkcjonowaniem człowieka w różnych sferach, takich jak: (a) cywilizacja, globalizacja, kultura, (b) czas wolny (rekreacja, wypoczynek, zabawa), (c) ekonomia i konsumpcja, (d) najnowsze technologie i rzeczywistość wirtualna, (e) praca, (f) rodzina, (g) rozwój i zmiana, edukacja przez całe życie, (h) sfera sacrum, (i) środowisko fizyczne i własna

fizyczność, (j) środowisko społeczne (człowiek w relacjach z innymi – jednostkami, grupami, społeczeństwem), (k) trauma, kryzys, cierpienie, choroba oraz (l) zdrowie i jakość życia. Prezentacje (wykłady, referaty, postery, głosy w dyskusjach panelowych) odnosiły się do zagadnień teoretycznych i metodologicznych, badań podstawowych, badań aplikacyjnych, problemów praktyki psychologicznej oraz zagadnień etycznych.

Wykład inauguracyjny pt. Psychologia podzielona wygłosił prof. dr hab. Wiesław Łukaszewski. Zwrócił w nim uwagę na to, że dzieje psychologii to z jednej strony odwieczna praktyka społeczna, z drugiej zaś podejmowanie prób formułowania uogólnień dotyczących ludzkiej natury i mechanizmów ludzkiego zachowania oraz na to, że w istocie mamy do czynienia z trzema psychologiami – psychologią rekomendacji sposobów postępowania, psychologią potoczną i psychologią naukową, które od zawsze pozostawały ze sobą w złożonych relacjach. Obecnie dystans między psychologią naukową i dwiema pozostałymi jest tak wielki, że prawie wszyscy są zniechęceni do podejmowania prób jego niwelowania. Ma to bardzo istotne konsekwencje zarówno dla praktyki psychologicznej jak i badań naukowych w tym obszarze wiedzy.

W trakcie Zjazdu wygłoszono ogółem 12 wykładów plenarnych, odbyła się też uroczysta sesja plenarna z okazji 25-lecia specjalizacji z psychologii klinicznej. W trakcie 60 sympozjów i sesji tematycznych wygłoszono ponad 350 referatów, na 14 sesjach plakatowych zaprezentowano ok. 60 plakatów. Odbyły się 24 warsztaty oraz 11 dyskusji panelowych, poruszających istotne dla środowiska psychologicznego problemy, związane z kształceniem psychologicznym, uprawianiem zawodu psychologa w aspekcie etycznym i prawnym, rolą psychologa w zmieniającym się świecie. W jednej z takich dyskusji, łącząc się z uczestnikami Zjazdu drogą internetową, uczestniczył Elliot Aronson.

W katowickim Zjeździe Naukowym PTP bardzo wyraźnie zaznaczyła się problematyka psychologii ekonomicznej. Ekonomia i konsumpcja zostały wskazane już przez Komitet Programowy jako istotna sfera aktywności człowieka, wchodząca w obszar zainteresowań psychologii zarówno naukowej, jak i praktycznej.

Na zaproszenie Komitetu Programowego XXXIV Zjazdu PTP dr hab. Tomasz Zaleskiewicz, prof. SWPS wygłosił jeden z wykładów plenarnych. W wykładzie tym – pt. Psychologia pieniądza – zwrócił uwagę, iż pieniądź ma – poza ekonomicznym – również znaczenia społeczne i psychologiczne, a jego wpływ na nasze życie ma naturę zarówno instrumentalną, jak i symboliczną. Wykład ukazał tę pozaekonomiczną, symboliczną naturę pieniądza, która ujawnia się wyraziście w czterech obszarach: wymiana prezentów, niejednorodne wartościowanie pieniądza w zależności od kontekstu, traktowanie pieniędzy w kategoriach radzenia sobie z lękiem przed śmiercią, ujawnianie różnych postaw wobec pieniędzy. Dualna natura pieniędzy została też przedstawiona w kontekście rozwojowym.

W programie Zjazdu znalazły się również dwa sympozja poświęcone zagadnieniom psychologii ekonomicznej. W trakcie pierwszego z nich – prowadzonego przez dr. hab. Tomasza Zaleskiewicza, prof. SWPS – przedstawiono 5 referatów:

- Skłonność do egalitarnych podziałów w decyzjach ekonomicznych u dzieci a udział w treningu kooperacji i rywalizacji (autorzy: Anna Hełka, Tomasz Zaleskiewicz, Katarzyna Kulik, Karolina Sebastiańczyk, Anna Olszańska),
- Poziom wiedzy ekonomicznej i nastawienia optymistyczne a postawy Polaków wobec podatków (autor: Sabina Kołodziej),
- Uleganie iluzji Euro a postawy wobec pieniędzy i rodzaj ocenianych produktów (autor: Agata Gąsiorowska),

- Pomiar potencjału przedsiębiorczego młodzi (autorzy: Zbigniew Piskorz, Jagoda Podgórska),
- Zaufanie deklarowane i przejawiane w interakcjach ekonomicznych (autorzy: Anna Macko, Tadeusz Tyszka, Marcin Malawski).

Drugą sesję tematyczną z zakresu psychologii ekonomicznej prowadziła dr hab. Anna Maria Zawadzka, prof. UG. Złożyły się na nie następujące wystąpienia:

- Związek stereotypowego myślenia o płci z sukcesami lub porażkami w działalności przedsiębiorczej kobiet (autorzy: Małgorzata Denkiewicz, Maryla Goszczyńska),
- Kiedy wzrasta chęć posiadania i nabywania dóbr – kiedy się cieszymy czy gdy się smucimy? (autor: Anna Maria Zawadzka),
- Typologia dyspozycyjnych wizerunków konsumentów (autorzy: Oleg Gorbaniuk, Monika Toczyńska),
- Psychologiczne koszty rozwoju ekonomicznego w różnych kulturach. Badanie temperamentu Polaków i Koreańczyków (autorzy: Anna Wasieła, Marcin Zajenkowski).

Ponadto zagadnienie roli zawodowej psychologa ekonomicznego pojawiło się w dyskusji panelowej pod hasłem: Nowe specjalności psychologiczne: psycholog biznesu, coach rozwoju osobistego, psycholog ekonomiczny, prowadzonej przez dr hab. Aleksandrę Tokarz. W dyskusji uczestniczyli jako paneliści: dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, prof. UŚ oraz dr Beata Kozak i dr Kazimierz Sedlak, reprezentujący praktykę psychologiczną, a prof. dr hab. Tadeusz Tyszka wydatnie ją wzbogacił, zabierając głos w jej trakcie. Zwrócono uwagę na kluczowe kwestie odpowiedzialnego i etycznego uprawiania psychologii w biznesie i marketingu oraz problemy kształcenia adeptów psychologii w trakcie studiów psychologicznych i po ich zakończeniu w zakresie odpowied-



Przed wykładem plenarnym: w pierwszym rzędzie od prawej dr hab. Małgorzata Górnik-Durose, prof. UŚ z dr hab. Tomaszem Zaleskiewiczem, prof. SWPS; w drugim rzędzie od prawej – prof. dr hab. Dariusz Doliński, dr Zbigniew Piskorz, dr Anna Helka, dr Agata Gąsiorowska, dr hab. Anna Maria Zawadzka, prof. UG

nich kompetencji i umiejętności, przydatnych w pracy w tych sferach.

XXXIV Zjazd Naukowy Polskiego Towarzystwa Psychologicznego bez wątpienia można uznać za cenne forum wymiany myśli pomiędzy przedstawicielami nauki i praktyki psychologicznej oraz psychologami uprawiającymi swój zawód w oparciu o różne tradycje i paradygmaty teoretyczne. Bez wątpienia Zjazd ukazał konieczność istnienia i pielęgnowania dwóch filarów jedności środowiska psychologicznego – metodologicznego i etycznego. Wskazał również na konieczność otwierania się psychologii na wyzwania, jakie stawia przed nią świat, zmieniający się w bardzo szybkim tempie, głównie pod względem technologicznym, ale również aksjologicznym i społecznym. Ta jakże pożądana inkluzywność psychologii była wyraźnie widoczna w trakcie obrad Zjazdu, chociażby w tym, że poświęcono wiele miejsca i czasu zagadnieniom, które uznano w psychologii za ważne stosunkowo niedawno, np. problemom z obszaru psychologii sportu, psychologii muzyki i właśnie psychologii ekonomicznej.

7

Projekty badawcze realizowane obecnie w Centrum Badań nad Zachowaniami Ekonomicznymi
*(Szkola Wyższa Psychologii Społecznej,
Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu)*

1. „Psychologia zachowań finansowych w kontekście teorii opanowywania trwogi”.

Projekt badawczy finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Kierownik projektu: Tomasz Zaleskiewicz (SWPS, WZ Wrocław)

Wykonawcy: Agata Gąsiorowska (Politechnika Wrocławska, SWPS WZ Wrocław), Anna Hełka (SWPS, WZ Wrocław), Aleksandra Łuszczynska (SWPS, WZ Wrocław; University of Colorado), Tom Pyszczynski (University of Colorado), Dariusz Doliński (SWPS, WZ Wrocław).

Teoria opanowywania trwogi (TMT) jest jedną z najbardziej wpływowych teorii we współczesnej psychologii społecznej. W tej teorii zakłada się, że jednym z podstawowych motywów działania człowieka jest stłumienie trwogi, która wynika ze świadomości własnej śmiertelności. Według autorów TMT, symboliczna obrona przed świadomością skończoności życia opiera się na dwóch mechanizmach psychologicznych: 1) identyfikowaniem się z systemem wartości kulturowych, które stają się, zgodnie z terminologią TMT, buforem chroniącym człowieka przed lękiem przed śmiercią; 2) dążeniem do osiągnięcia przez jednostkę poczucia własnej wartości w obrębie własnego systemu kulturowego. Trafność tych założeń potwierdziły wyniki wielu badań empirycznych.

Biorąc pod uwagę, że współczesne społeczeństwa z tzw. zachodniego obszaru kulturowego wraz z towarzyszącymi im systemami wartości są w dużym stopniu społecznościami materialistycznymi, można oczekiwać, że nabywanie dóbr konsumpcyjnych także odgrywa rolę obrony przed lękiem przed śmiercią. Rzeczywiście, wyniki badań ujawniły, że osoby, u których eksperymentalnie wzbudzono lęk przed śmiercią: lepiej oceniali reklamy

produktów luksusowych, ujawniały większe zadowolenie po znalezieniu banknotu 20-dolarowego, deklarowały bardziej wygórowane oczekiwania w zakresie posiadania dóbr materialnych w przyszłości, w większym stopniu przyjmowały rywalizacyjne postawy rynkowe. Jednak, jak dotychczas, nie prowadzono badań, w których testowano by w sposób bezpośredni, jak świadomość własnej śmiertelności modyfikuje sposób spostrzegania i wartościowania samego pieniądza. Celem tego projektu jest zatem zbadanie i przeanalizowanie wpływu lęku przed śmiercią na zachowania, oceny i decyzje związane z pieniędzmi.

Eksperymenty, które już zostały wykonane w ramach projektu, ujawniły, że wywołanie lęku przed śmiercią spowodowało: nasilone interpretowanie pieniądza w kategoriach symbolicznych oraz wzrost oczekiwań w stosunku do subiektywnej interpretacji bogactwa. Z drugiej strony stwierdzono, że aktywacja idei pieniądza była powiązana z niższym lękiem przed śmiercią.

W następnych badaniach testowane jest znaczenie świadomości własnej śmiertelności w podejmowaniu ryzyka finansowego i w podejmowaniu strategicznych decyzji ekonomicznych.

2. „Analiza dualnej (symbolicznej vs użytecznościowej) natury pieniądza w postawach wobec pieniędzy, ich percepcji oraz zachowaniach społecznych i ekonomicznych”.

Projekt badawczy finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Kierownik projektu: Agata Gąsiorowska (Politechnika Wrocławska, SWPS WZ Wrocław).

Wykonawcy: Tomasz Zaleskiewicz (SWPS, WZ Wrocław), Anna Hełka (SWPS, WZ Wrocław), Jakub Traczyk (SWPS, WZ Wrocław), Zbigniew Piskorz (SWPS, WZ Wrocław).

Z dotychczasowych badań i analiz dotyczących znaczeń pieniędzy takich, jak teoria narzędzia i narkotyku Lea i Webleya (2006), hipotezy pochodzenia pieniędzy, teoria sacram i profanum Belka i Wallendorf (1990) czy też badania nad postawami ludzi wobec pieniędzy, wynika wniosek, że różnorodność tychże znaczeń można sprowadzić do dwójakiej natury pieniędzy. Pieniądze mają bowiem z jednej strony sens instrumentalny i użytecznościowy, a z drugiej – symboliczny i emocjonalny, i ta właśnie dwoistość jest przedmiotem analiz w niniejszym projekcie badawczym. W szczególności, oczekujemy, że dwoistość natury pieniądza i odmienne koncepcje na jego temat prezentowane przez różnych ludzi powinny wpływać na percepcję pieniędzy, zachowania ekonomiczne i różnego rodzaju zachowania społeczne.

W proponowanym projekcie w pierwszej kolejności dokonano weryfikacji Skali Postaw Wobec Pieniądzy na próbie reprezentatywnej, co pozwoliło na uzyskanie narzędzia jak najlepiej dostosowanego do polskich warunków, a także na oszacowanie skali występowania poszczególnych typów postaw wobec pieniędzy oraz charakterystycznych dla nich zachowań ekonomicznych. Kolejnym krokiem są pionierskie badania utajonych postaw wobec pieniędzy wraz z odniesieniem postaw utajonych do postaw jawnych. W dalszej części projektu planujemy przeanalizować wpływ postaw wobec pieniędzy na postrzeganie monet i banknotów, z wykorzystaniem paradygmatu badawczego zaproponowanego w 1947 roku przez Brunera i Goodman. W końcu, proponowany projekt ma przynieść odpowiedź na pytanie, czy pieniądze mogą stanowić ekwiwalent takich zasobów, jak np. atrakcyjność fizyczna, wsparcie społeczne itp., i jak tej ekwiwalencji dokonują osoby o różnych przekonaniach co do natury pieniędzy.

3. „Psychologiczna dekompozycja funkcji wag decyzyjnych w skumulowanej teorii perspektywy. Rola podstawowych procesów afektywnych w ocenie prawdopodobieństwa”.

Projekt badawczy finansowany przez Narodowe Centrum Nauki.

Kierownik projektu: Jakub Traczyk (SWPS, WZ Wrocław).

Wykonawcy: Tomasz Zaleskieiwcz (SWPS, WZ Wrocław).

Głównym celem projektu jest psychofizyczna i afektywna dekompozycja procesu ważenia prawdopodobieństw (psychologicznej transformacji obiektywnych prawdopodobieństw w wagi decyzyjne). Opierając się na założeniach teorii perspektywy (Kahneman i Tversky, 1979; Tversky i Kahneman, 1992) zamierza się przeprowadzić serię eksperymentów, które pogłębią rozumienie wpływu tych elementarnych mechanizmów na zjawisko przeceniania małych i niedoceniań średnich oraz wysokich prawdopodobieństw. Efekty końcowe projektu przyniosą odpowiedź na pytanie: czy efekty związane z ważeniem prawdopodobieństw występowania zdarzeń są funkcją podstawowych procesów afektywnych czy też bardziej złożonej obróbki poznawczej (łatwości wyobrażenia sobie konsekwencji zdarzenia bądź łatwości przywołania podobnych zdarzeń z pamięci).

4. „A new method for cross-cultural and cross-temporal comparison of societies”.
(2011–2016 European Research Council
Advanced Grant 269463 IMGAME)

Projekt badawczy finansowany przez European Research Council.

Kierownik projektu: Harry Collins (University of Cardiff).

Wykonawcy ze strony polskiej: Tomasz Zaleskiewicz (SWPS, WZ Wrocław), Jakub Traczyk (SWPS, WZ Wrocław), Agata Sobków (SWPS, WZ Wrocław).

W ramach projektu opracowywana jest nowa metoda badawcza, która ma pomóc w rozumieniu tego, jak ludzie postrzegają różne grupy społeczne. Projekt obejmuje uniwersytety z dziesięciu różnych krajów Europy.

Głównym celem projektu jest przetestowanie metody badawczej „Imitation Game”, która została opracowana na podstawie gry towarzyskiej, pochodzącej z Wielkiej Brytanii oraz idei komputerowego Testu Turinga. Są w nią zaangażowane trzy osoby: Sędzia oraz dwoje innych uczestników, np. kobieta i mężczyzna. Sędzia wysyła na piśmie pytania do dwojga uczestników gry, a następnie jeden z uczestników odpowiada na nie szczerze, zgodnie z własną wiedzą i przekonaniem, natomiast drugi ma za zadanie udawać kogoś, kim nie jest i odpowiedzieć zgodnie z daną rolą (np. mężczyzna odpowiada na pytania tak, jakby był kobietą). Dla Sędziego celem testu jest odgadnięcie, kto jest kim. Badanie ma formę gry, odbywającej się przy komputerze.

Dzięki „Imitation Game” można „zmierzyć” i opisać na poziomie ilościowym stopień integracji społeczeństw lub grup społecznych, a także sprawdzić na poziomie jakościowym np. co osoby niewierzące wiedzą o katolikach lub jak bardzo społeczność romska zintegrowała się ze środowiskiem Polaków. „Imitation

Game” może stać się alternatywą lub uzupełnieniem dla klasycznych badań kwestionariuszowych czy jakościowych.

i

INFORMACJA DLA AUTORÓW

1. Redakcja prosi o nadsyłanie artykułów dotyczących psychologii ekonomicznej, przez co rozumie artykuły z zakresu finansów behawioralnych, ekonomii eksperymentalnej, psychologii pieniądza, psychologii pracy, zachowań konsumenckich, przedsiębiorczości.
2. Preferowany edytor tekstu to Microsoft Word.
3. W tekście głównym zaleca się stosowanie czcionki Times New Roman 12 pt. Akapity powinny być wyrównane poprzez wyjustowanie, interlinia powinna wynosić 1,5 wiersza oraz pierwszy wiersz w akapicie powinien mieć wcięcie 1 cm.

W celu podkreślenia wyrazów zaleca się stosowanie kursywy, natomiast nie zaleca się stosowania pogrubienia ani podkreślenia. Cytaty ujmujemy w cudzysłów (nie kursywą).

4. Na pierwszej stronie zaleca się umieszczenie po lewej: imię i nazwisko autora, miejsce zatrudnienia, dane kontaktowe do autora (adres e-mail) z użyciem czcionki Times New Roman 12 pt.

Następnie piszemy tytuł artykułu pogrubioną czcionką Times New Roman 14 pt., akapit powinien być wyśrodkowany.

Po tytule artykułu zalecamy umieszczenie streszczenia oraz słów kluczowych w języku polskim stosując format jak dla tekstu głównego. Następnie piszemy tytuł artykułu, streszczenie oraz słowa kluczowe w języku angielskim.

5. Zaleca się numerację wszystkich rozdziałów i podrozdziałów, przy czym jeżeli istnieje Wprowadzenie, to rekomendujemy nadać mu numer 1.
6. Rysunki i tabele powinny być wstawione jak najbliżej miejsca powołania. Rysunki nie powinny przekraczać wymiarów 13x17 cm. Tytuły rysunków umieszczamy pod rysunkiem, numerując kolejno Rys. 1., Rys. 2. itd. (czcionka 10 pkt.). Poniżej tą samą czcionką piszemy Źródło.



Rys. 1. Przykład

Źródło: opracowanie własne.

Zalecamy, aby tabele były tworzone w odcieniach szarości. Tabele nie powinny przekraczać szerokości 13 cm. W wypełnieniu tabeli używamy czcionki 9 pt. Tytuł tabeli umieszczamy nad tabelą, a źródło poniżej tabeli stosując czcionkę 10 pt.

Tabela 1. Przykład

	Kraj 1	Kraj 2
Osoba 1		
Osoba 2		

Źródło: opracowanie własne

7. W przypisach dolnych proponujemy stosowanie czcionki Times New Roman 10 pt.
8. Zalecany format bibliografii:
Tyszka, T. (2010), *Decyzje Perspektywa psychologiczna i ekonomiczna*. Warszawa: SCHOLAR.
Weber E. U., Blais A. R. i Betz N. E. (2002), *A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors*, Journal of Behavioral Decision Making 15(4), s. 263-290
Zaleskiewicz, T. (2006), *Behavioral Finance*, (w:) M. Altman (red.), *Handbook of Contemporary Behavioral Economics. Foundations and Developments* (s. 706-728). New York: M.E.Sharpe Publishers.
Odwołania w tekście do pozycji w bibliografii w formacie (Tyszka 2010: 37)
9. Objętość artykułów nie powinna przekraczać 40 tys. znaków (około 24 strony przy zastosowaniu zalecanego formatu). Jednocześnie zalecamy, aby artykuły liczyły co najmniej 14,4 tys. znaków (około 8 stron).
10. Nadesłane teksty podlegają ocenie dwóch anonimowych recenzentów.



FUNDACJA

UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO
W KRAKOWIE

Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie poza realizacją celów statutowych do których należą m.in.:

- ➔ *Prowadzenie szerokiej działalności edukacyjnej na rzecz środowisk akademickich, w zakresie nauk społecznych, ekonomicznych i technicznych,*
- ➔ *Inicjowanie działań na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy pomiędzy społeczeństwami,*
- ➔ *Fundowanie stypendiów oraz inna pomoc materialna studentom z ubogich rodzin, w tym szczególnie studentom Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie pochodzącym ze wsi,*
- ➔ *Poprawa warunków socjalnych i bytowych studentów niepełnosprawnych oraz dostępności zajęć organizowanych przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,*

postanawia wzbogacić swoją działalność gospodarczą o następujący zakres usług :

Oferta Konferencyjna

- ➔ *Świadczenie usług finansowych w zakresie budżetu konferencyjnego*
- ➔ *Opracowanie programu imprezy oraz koordynacja w trakcie jej trwania*
- ➔ *Pełny zakres usług noclegowych i cateringowych*
- ➔ *Przygotowanie szczegółowych raportów pokonferencyjnych*

Oferta Wydawnicza

- ➔ *Wydawanie publikacji książkowych i albumowych*
- ➔ *Profesjonalne opracowanie graficzne*
- ➔ *Usługi składu oraz korekty*
- ➔ *Szybki druk według indywidualnych wytycznych*

Oferta Doradcza

- ➔ *Przygotowywanie strategii działania firmy oraz strategii funkcjonalnych*
- ➔ *Sporządzanie analiz ekonomicznych i finansowych*
- ➔ *Wyceny majątków oraz przedsiębiorstw*
- ➔ *Studia wykonalności projektów inwestycyjnych*
- ➔ *Wykonywanie, opracowywanie badań rynkowych i marketingowych*

Nasze usługi świadczymy kompleksowo lub tylko w wybranym zakresie. Podejmując współpracę z nami mają Państwo nie tylko gwarancję doskonałej usługi ale i unikatową możliwość wsparcia Fundacji na polu społeczności uniwersyteckiej.

Zapraszamy do współpracy!!!

ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków
tel. 012 293 74 63
fax 012 293 74 89



VI Konferencja ASPE w Lublinie

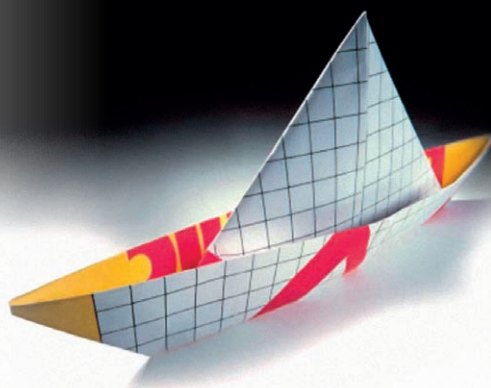
W dniach od 11. do 12. maja 2012 roku Instytut Psychologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II organizuje kolejną, coroczną konferencję Akademickiego Stowarzyszenia Psychologii Ekonomicznej. Organizatorami lokalnymi są Oleg Gorbaniuk i Paweł Fortuna. Osoby zainteresowane udziałem w konferencji proszone są o zgłaszanie referatów i plakatów na adres e-mail: oleg.gorbaniuk@gmail.com. Bliższe informacje o programie i organizacji konferencji można znaleźć na stronie <http://www.aspe.info.pl/>

Serdecznie zapraszamy!

Konferencja IAREP we Wrocławiu

W dniach od 5. do 8. września 2012 roku Wydział Zamiejscowy Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej we Wrocławiu organizuje międzynarodową konferencję International Association for Research in Economic Psychology. Jest to największa i najbardziej prestiżowa konferencja z zakresu psychologii ekonomicznej. Hasło konferencji to: „Microcosm of Economic Psychology”. Organizatorami lokalnymi są: Tomasz Zaleskiewicz, Agata Gąsiorowska, Anna Helka i Jakub Traczyk.

Podczas konferencji wykłady plenarne wygłoszą: Kathleen Vohs (University of Minnesota), Stephen Lea (University of Exeter), Helga Dittmar (University of Sussex) i Bogusław Pawłowski (Uniwersytet Wrocławski).



Osoby zainteresowane zaprezentowaniem swojego dorobku podczas konferencji zapraszamy do zgłaszania referatów lub plakatów na stronie internetowej konferencji: <http://www.iarep2012.org>. Na tej stronie można również znaleźć bliższe informacje o programie i organizacji konferencji oraz zgłosić swoje uczestnictwo.

Serdecznie zapraszamy!