

**НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ ФИЛОЗОФСКОГ ФАКУЛТЕТА УНИВЕРЗИТЕТА У
БЕОГРАДУ**

На седници Наставно-научног већа Филозофског факултета у Београду одржаној 22. 12. 2016. године, именована је комисија за оцену и одбрану докторске дисертације кандидата Ање Митић под називом „*Психолошке основе става према упадљивој потрошњи*”. Комисија је прегледала докторску дисертацију и подноси:

Извештај

Основни подаци о кандидаткињи

Ања Митић рођена је 26. априла 1987. године у Нишу, где је завршила основну школу „Свети Сава“ и гимназију „Светозар Марковић“ као носилац Вукове дипломе и ученик генерације. Основне академске студије психологије уписала је 2006. године на Факултету за правне и пословне студије др Лазар Вркатић у Новом Саду и завршила их 2009. године са просечном оценом 9,63. Мастер студије завршила је 2011. године са просечном оценом 10 и са највишом оценом за мастер рад „Упадљива потрошња и макијавелизам као облици социјалне конкуренције“ код ментора проф. др Вељка Ђурића (др Ивана Петровић је била члан комисије). Фебруара 2011. године уписала је докторске студије на Одељењу за психологију Филозофског факултета Универзитета у Београду на којима је остварила просечну оцену 9,29.

Ања Митић запослила се 2009. године на Факултету за правне и пословне студије др Лазар Вркатић као сарадник у настави на предметима Увод у психологију (носилац предмета проф. др Станислав Фајгел) и Психологија маркетинга (проф. др Вељко Ђурић). Изабрана је 2011. у звање асистента за ужу научну област теоријска и примењена психологија на предметима: Увод у психологију, Психологија маркетинга, Еволуциона психологија, Маркетиншка истраживања (Мастер) и Психологија мотивације (Мастер).

Од почетка своје академске каријере до данас, Ања Митић се интензивно бави истраживањем феномена упадљиве потрошње, пратећи савремена теоријска и емпиријска достигнућа у области психологије потрошача. Ања је аутор једног поглавља у истакнутој монографији националног значаја „Вредносне оријентације младих у Војводини. Стање и перспективе“ (2014). Рад “*Role of Conspicuous consumption in social interaction and perception*” прихваћен је за објављивање у часопису Теме (М24). Активно учествује на домаћим и међународним научним скуповима не само

презентовањем и објављивањем радова, већ бавећи се и организационим активностима. До сада је имала 16 радова на домаћим скуповима (два су објављена у целини, а 14 у апстрактима) и један рад на Европском конгресу психологије. Члан је Друштва психолога Србије од 2008. године.

Основни подаци о дисертацији

Докторска дисертација Ање Митић „Психолошке основе става према упадљивој потрошњи“ написана је на укупно 116 страна (од увода до прилога). Дисертацију чине следећи делови: Увод (стр. 1-31), Метод (стр. 32-41), Резултати (стр. 42-88), Дискусија (стр. 89-102), Закључак (стр. 103-105), Референце (стр. 106-116) и Прилози (стр. 117-152). Списак литературе садржи 118 референци. Дисертација садржи 56 табела и осам графикана. Прилог садржи Упитник и додатне табеларне приказе статистичке обраде који допуњују приказане резултате, биографију аутора и пратеће изјаве у вези са тезом.

Предмет и циљ дисертације

Упадљиву потрошњу као специфичан облик понашања потрошача карактерише куповина луксузних производа као показатељ материјалног благостања и припадности привилегованим друштвеним групама, она је начин јавног изражавања економске моћи, стицања или потврђивања пожељног друштвеног статуса при чему функционални аспекти производа нису у фокусу потрошача. Упадљива потрошња постоји колико и луксуз. Досадашња бројна истраживања упадљиве потрошње још увек нису довела до консензуса у погледу обухвата конструкта. Истраживања става према упадљивој потрошњи указују на то да се он концептуално знатно разликује од сродних појмова као што су материјализам, компулсивна куповина и конзумеризам. Досадашња парцијална истраживања указују на постојање одређене структуре личности која изражава склоност према упадљивој потрошњи. Став према упадљивој потрошњи је статистички значајно повезан са конформизмом, нарцизмом, макијавелизмом, ауторитарношћу, тражењем сензација, безобзирном самопромоцијом, одређеним интерперсоналним вредностима и животним стиловима.

Циљ кандидаткиње био је да испита повезаност и предиктивни однос између става према упадљивој потрошњи, стилова социјалне конкуренције, димензија петофакторског модела личности и димензија такозване „црне тријаде“ (нарцизма, макијавелизма и психопатије). Кључно истраживачко питање било је да ли постоји линеарна комбинација издвојених предикторских варијабли која може апроксимирати повезаност са упадљивом потрошњом на нивоу става и на нивоу понашања. Истраживање је обухватило изградњу интегрисаног предиктивног модела који

укључује удружене ефекте одабраних варијабли - великих пет димензија личности (неуротицизам, екстраверзија, отвореност према искуству, савесност, сарадљивост), димензија црне тријаде (нарцизам, макијавелизам, психопатија), склоности ка социјално-пожељном приказивању, става према упадљивој потрошњи и три стила социјалне конкуренције (грађење коалиција, безобзирна самопромоција, доминантно лидерство), као и диференцијацију на основу две демографске варијабле: пол и материјални статус испитаника (за које такође постоје парцијални налази о прихватању упадљиве потрошње). Теоријски концепти упућују на специфичну хијерархију конструката при чему различите особине личности упућују на одређене стилове социјалне конкуренције, а они на стратегије, у које кандидаткиња сврстава и упадљиву потрошњу. Моделирањем структуралних једначина кандидаткиња је испитала постављено теоријско устројство.

Конструисан модел представља комбиновање, сажимање и истовремено емпиријску проверу модела социјалног статусног система Зурофа и сарадника (2010) и модела личности МекКреа и Косте из 2008. године. Теоријски модел социјалног статусног система Зурофа и сарадника се састоји од великог броја еволутивних психолошких механизма интеракције. Ови механизми реагују на специфичне сигнале из окружења, пре свега друштвено понашање других, и производе велику варијабилност у когнитивним, афективним и бихејвиоралним одговорима.

Модел Ање Митић је усредсређен на три основна стила социјалне конкуренције – индивидуалистички, кооперативни и конкуритивни, које су и Зуроф и сарадници препознали као доминантне стилове социјалне интеракције. У складу са моделом личности и еволуционо психолошким парадигмама, биолошке основе одређују базичне особине личности, а оне даље предиктују карактеристичне адаптације и селф-концепт. Домен карактеристичних адаптација се дефинише као скуп социо-когнитивних варијабли које посредују између домена биологије и културе, као што су: навике, ставови, вредности, мотиви, улоге и односи. Карактеристичне адаптације предиктују емоционалне реакције и понашање. Фокус је на динамичким процесима који се одвијају у домену карактеристичних адаптација. Основних пет димензија личности (заједно са полним разликама) представљају базу структуралног модела, у складу са теоријским претпоставкама. Оне даље предиктују димензије црне тријаде које се налазе између особина личности и карактеристичних адаптација. Димензије црне тријаде нису хијерархијски у истој равни. Психопатија се издвојила као најближа базичним особинама личности, праћена негативним корелацијама са особинама сарадљивост и савесност, и као таква представља предиктор нарцизму и макијавелизму. Макијавелизам представља особину личности, али и скуп уверења, ставова и мотива, те је овај конструкт најближе карактеристичним адаптацијама.

Основне хипотезе

У складу са изнетим теоријским претпоставкама и постављеним проблемским питањем, у раду је постављено шест хипотеза:

Првом хипотезом је претпостављено да став према упадљивој потрошњи и безобзирна самопромоција позитивно корелирају. Другим речима, претпостављено је да ће испитаници са вишим скоровима на скали става према упадљивој потрошњи имати већу склоност ка индивидуалистичком стилу социјалне конкуренције – безобзирна самопромоција. Хипотеза је у потпуности прихваћена.

Другом хипотезом се претпоставља да је став према упадљивој потрошњи у позитивној корелацији са нарцизмом (димензијом црне тријаде). Хипотеза је прихваћена. Виши скорови на Скали става према упадљивој потрошњи праћени су вишим скоровима на скали нарцизма.

Трећом хипотезом се претпоставља да је став према упадљивој потрошњи у позитивној корелацији са макијавелизмом (димензијом црне тријаде). Хипотеза је прихваћена. Виши скорови на Скали става према упадљивој потрошњи праћени су вишим скоровима на скали макијавелизма.

Четвртом хипотезом изражена је претпоставка да став према упадљивој потрошњи позитивно корелира са психопатијом (димензијом црне тријаде). Хипотеза је прихваћена. Виши скорови на Скали става према упадљивој потрошњи праћени су вишим скоровима на скали психопатије.

Пета хипотеза гласи: Став према упадљивој потрошњи и сарадљивост негативно корелирају. И ова хипотеза је прихваћена. Виши скорови на Скали става према упадљивој потрошњи праћени су нижим скоровима на димензији великих пет сарадљивост.

Шестом хипотезом се претпоставља да постоји линеарна комбинација варијабли (Макијавелизам, Доминантно лидерство, Екстраверзија и Безобзирна самопромоција), која може у вишеструком регресионом моделу објаснити значајан део укупне варијансе става према упадљивој потрошњи и превазићи предиктивну моћ појединачних предиктора. Хипотеза је прихваћена. Укупан предиктивни ефекат наведених варијабли над варијаблом став према упадљивој потрошњи превазилази њихове појединачне предиктивне ефекте.

Кратак опис садржаја дисертације

Докторска дисертација „Психолошке основе става према упадљивој потрошњи“ састоји се од седам већих целина: Увод, Метод, Резултати, Дискусија, Закључак, Референце и Прилози.

Увод обухвата осам поглавља. У првом поглављу су представљени концепт упадљиве потрошње и његово место у оквиру области понашања потрошача, представљена је упадљива потрошња кроз историју луксуза, класично дефинисање упадљиве потрошње у теорији доколичарске класе Торстена Веблена и савремена домаћа и инострана истраживања упадљиве потрошње. У другом поглављу је представљен став према упадљивој потрошњи, разматран је проблем његовог директног испитивања, његови индикатори, димензије, као и досадашња истраживања, која су допринела валидацији овог конструкта кроз испитивање његове латентне структуре и повезаности са сродним варијаблама. У трећем поглављу је представљен однос између стилова социјалне конкуренције и става према упадљивој потрошњи, приказани су теоријски модели Зурофа и сарадника и наведени резултати досадашњих истраживања стилова социјалне конкуренције. Четврто поглавље је посвећено приказу петофакторског модела личности и његовог односа са стилима социјалне конкуренције. Представљен је и модел личности МекКреа и Косте из 2008. године. У петом поглављу су описане теоријске основе црне тријаде и описане су све три димензије: нарцизам, макијавелизам и психопатија. Поред тога, дискутован је однос између црне тријаде и великих пет димензија личности. У шестом поглављу је исказан и образложен проблем истраживања. У седмом поглављу су наведени циљеви и задаци истраживања, док су у осмом поглављу наведене хипотезе истраживања.

У оквиру Метода дати су опис процедуре извођења истраживања и прикупљања узорка испитаника, преглед варијабли, преглед коришћених мерних инструмената, поступак прикупљања података и поступак статистичко-информатичке обраде података. На крају ове целине је и преглед коришћених скраћеница и статистичких коефицијената коришћених у истраживању.

Одељак Резултати организован је у једанаест поглавља. У првом поглављу је приказана дескриптивна анализа Скале става према упадљивој потрошњи и њених ставки, затим латентна структура ове скале и детаљно је описан садржај екстрахованих фактора. У другом поглављу су наведени резултати анализе поузданости Скале стилова социјалне конкуренције, дескриптивна анализа ставки, провера латентне структуре ове скале и садржај сваког од три стила социјалне конкуренције. У трећем поглављу су приказани резултати дескриптивне анализе, анализе поузданости и латентне структуре Скале црне тријаде. У четвртом поглављу су приказани резултати дескриптивне статистичке обраде и поузданости за великих пет димензија личности. У петом поглављу су представљени резултати дескриптивне анализе за Марлоу-Краун кратку скалу социјално пожељних одговора. Шесто поглавље је посвећено приказу повезаности између наведених варијабли и димензија. У седмом поглављу су приказане разлике између група дефинисаних полом и материјалним статусом. У осмом поглављу су приказани резултати вишеструке регресионе анализе и моделирања структуралним једначинама у циљу мултиваријатне предикције става према упадљивој потрошњи. У деветом поглављу је приказана предикција три

стила социјалне конкуренције. За сваки стил су приказани резултати вишеструке регресионе анализе и структурални модел. У десетом поглављу су интегрисани подаци у виду обједињеног структуралног модела предикције стилова социјалне конкуренције и става према упадљивој потрошњи, при чему се став према упадљивој потрошњи понаша као медијатор између особина личности и стилова. У једанестом поглављу је дат преглед потврђених хипотеза.

Одељак Дискусија је организован у осам поглавља. Овде се на систематичан начин образлажу добијени резултати, најпре појединачно, а потом и интегрисано. Добијени резултати и налази се доводе у везу са теоријским поставкама и претпоставкама изнетим у уводном делу. У последњем поглављу су наведена ограничења и препоруке будућим истраживачима.

У закључном одељку кандидаткиња сумира најважније налазе и практичне импликације ове дисертације. На крају овог одељка су наведени практични и научни доприноси истраживања.

На крају дисертације дат је попис коришћене литературе и дати су прилози који садрже приказ инструмената и додатне статистичке анализе.

Остварени резултати и научни допринос дисертације

Обухватно истраживање, које је Ања Митић обавила у оквиру израде докторске дисертације, на узорку од 400 студената, донело је низ значајних резултата. Новом операционализацијом конструкта става према упадљивој потрошњи, додавањем бихејвиоралних компоненти упитнику, психометријски је унапређена Скала за мерење става према упадљивој потрошњи - СУП60. Утврђено је да је став према упадљивој потрошњи смислено и очекивано повезан са одабраним варијаблама: Безобзирном самопромоцијом, Доминантним лидерством, Макијавелизмом, Нарцизмом, Психопатијом, Сарадљивошћу, склоношћу ка социјално пожељном приказивању.

Изграђени су предиктивни структурални модели става према упадљивој потрошњи и стилова социјалне конкуренције. Изграђен је интегрисан структурални модел који обухвата особине личности, стилове социјалне конкуренције и став према упадљивој потрошњи. Сви приказани модели имају одличне показатеље подобности и поклапају се са емпиријским подацима. Потврђене су теоријске поставке МекКреа и Косте, као и Зурофа и сарадника, које говоре о стиливима социјалне конкуренције који следе из устројства личности. Идентификован је положај става према упадљивој потрошњи у оваквом моделу. Ања Митић је указала на широке могућности примене моделирања структуралним једначинама у сврху хијерархијског позиционирања става према упадљивој потрошњи и стилова социјалне конкуренције у односу на постојеће моделе личности. Утврђене су разлике у испољавању одређених особина личности, стилова социјалне конкуренције и

става према упадљивој потрошњи између испитаника различитог пола. Утврђене су разлике у испољавању става према упадљивој потрошњи између испитаника различитог материјалног статуса.

Кључни епистемолошки допринос дисертације Ање Митић огледа се у адекватном хијерархијском позиционирању особина, стилова и понашања укључених у предиктивни модел. Теоријски концепти упућују на специфичну хијерархију конструката, при чему различите особине личности упућују на карактеристичне адаптације, у које је сврстан и став према упадљивој потрошњи, а оне на стилове социјалне компетиције. Нова сазнања о психолошким диспозицијама упадљиве потрошње важна су и као допринос психологије мултидисциплинарном пољу понашања потрошача и као допринос знањима о психолошким диспозицијама уопште. Сагледавање психолошких основа упадљиве потрошње значајно је не само због развијеног обухватног модела, нових сазнања о сложеном концепту упадљиве потрошње и доприноса психологије као науке у унапређивању знања у области понашања потрошача, већ и због употпуњавања сазнања о људској природи из сложене перспективе овог, по много чему специфичног облика понашања потрошача.

Разоткривање извора упадљиве потрошње има вишеструке импликације, како за модерне теоријске токове, тако и за практичну примену у области економије, маркетинга, психологије потрошача, социобиологије. Ово баца светлост на једну другачију слику о људској природи и њену улогу у савременом свету. Истраживање става према упадљивој потрошњи употпуњује знања о вредностима и ставовима који учествују у доношењу куповних одлука, опажању и процењивању других људи и самопоштовању. Налази указују на то да садржај овог конструкта обухвата низ функција које за испитанике имају куповина и поседовање луксузних добара. Ове функције су усмерене на стицање и одржавање пожељне слике особе у односу на друштвене норме. Неке од њих су укључене у безобзирне, обмањујуће и компетитивне стратегије, док су неке друге конформистичке и кооперативне.

Закључак

Докторска дисертација кандидаткиње Ање Митић представља оригинално и самостално научно дело којим су у целисти испуњени циљеви и задаци наведени у одобреној пријави дисертације. Како концепт упадљиве потрошње још увек није прецизно и једнозначно теоријски одређен, значајан допринос ове тезе је у домену концептуализације упадљиве потрошње. Кључни налаз истраживања које је Ања Митић обавила у оквиру израде докторске дисертације је да се у интегрисаном структуралном моделу став према упадљивој потрошњи понаша као медијатор између особина личности и стилова социјалне компетиције. Ширење корпуса конкретних знања о

ефектима одређеног концепта свакако доприноси продубљивању теоријских знања и општег модела понашања потрошача. У настојању да помири недоследности мултидисциплинарног теоријског оквира, овај рад доприноси изградњи интегрисаног теоријског модела у оквиру психологије потрошача. Такав теоријски модел би даље могао утицати на савремене теоријске токове и у другим блиским научним дисциплинама.

На основу анализе докторске дисертације Ање Митић, Комисија закључује да је кандидаткиња показала пуну истраживачку зрелост, изузетно познавање ширих теоријских полазишта и сложених психолошких основа упадљиве потрошње, одлично владање методологијом и статистичким анализама, као и умешност у постављању и операционализовању сложених истраживачких проблема, њиховој анализи и интегрисању у шири контекст психолошких истраживања у области понашања потрошача.

Имајући све изнето у виду, Комисија предлаже Наставно-научном већу Филозофског факултета да прихвати нашу позитивну оцену и мишљење и кандидаткињи Ањи Митић одобри јавну одбрану докторске дисертације „ПСИХОЛОШКЕ ОСНОВЕ СТАВА ПРЕМА УПАДЉИВОЈ ПОТРОШЊИ”.

Комисија:

др Ивана Петровић (ментор), ванредни професор,
Филозофски факултет, Универзитет у Београду

др Светлана Чизмић, редовни професор Филозофски
факултет, Универзитет у Београду

др Драган Попадић, редовни професор Филозофски
факултет, Универзитет у Београду

др Вељко Ђурић, редовни професор Факултет за правне
и пословне студије Др Лазар Вркатић, Универзитет
Унион

У Београду, 23. јануара 2017.