

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta humanitních studií

Nudging a jeho využitie v sociálnej interakcii

Bakalárska práca

Londýn 2019

Daniel Koprda

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta humanitních studií

Nudging a jeho využitie v sociálnej interakcii

Bakalárska práca

Študijný program: Humanitné štúdiá

Študijný odbor: Štúdium humanitnej vzdelanosti

Školiace pracovisko: Katedra spoločenských vied

Vedúci záverečnej práce: Ing. Petr Špecián, Ph.D.

Londýn 2019

Daniel Koprda

Čestné vyhlásenie

Vyhlasujem, že som predkladanú bakalársku prácu „Nudging a jeho využitie v sociálnej interakcii“ spracoval samostatne a pod odborným vedením školiteľa diplomovej práce. Použitú literatúru uvádzam v zozname použitej literatúry, a zároveň osvedčujem použité citáty. Potvrdzujem tiež, že elektronická forma predkladanej diplomovej práce je 100 % identická s tlačenu formou.

V Londýne 18. 5. 2019

.....
vlastnoručný podpis

PodĎakovanie

Chcel by som sa poďakovať svojmu školiteľovi Petrovi Špeciánovi za odbornú pomoc a usmernenie pri písaní mojej práce, za cenné rady, ochotu a trpezlivosť.

ABSTRAKT

KOPRDA, Daniel: Nudging a jeho využitie v sociálnej interakcii. [Bakalárska práca] / Daniel Koprda – Univerzita Karlova v Praze. Fakulta humanitných štúdií; Katedra spoločenských vied – Školiteľ : Ing. Petr Špecián, Ph.D. – Mesto : Londýn, 2019, Počet strán 45

Nudging je teoretický koncept behaviorálnej ekonómie založený na pozitívnom ovplyvnení voľby. Využíva sa hojne v privátnom sektore v oblasti marketingu a v posledných rokoch sa spopularizovalo jeho využitie v štátnej správe. V rámci teoretickej časti svojej práce sa venujem behaviorálnej ekonómii ktorá ako súčasť ekonomických smerov tvorí myšlienkový základ pre nudging ako nástroj architektúry výberu. Teoretická časť sa dotýka aj problematiky socializácie a sociálneho prostredia pre lepšie pochopenie kontextu práce. Práve spojenie nudgingu a sociálneho prostredia je základom môjho experimentu v ktorom sa snažím overiť využitie tohoto novodobého ekonomicko-psychologického konceptu práve v oblasti socializácie a nadväzovania nových vzťahov. V rámci praktickej časti svojej bakalárskej práce ktorú tvorí experiment sa zameriavam na reštauračné/kaviarenské zariadenie v ktorom uplatním navrhnutý dizajn nudgingu a overím jeho účinnosť v doteraz atypickom využití, a to ako spôsob zvýšenia sociálnej interakcie.

Kľúčové slová: Architektúra výberu. Behaviorálna ekonómia. Homo economicus. Nudging.

ABSTRACT

KOPRDA, Daniel: „Nudging and its use in social interaction“ [Bachelor thesis] / Daniel Koprda – Charles University in Prague . Fakulty of humanities; Department of social sciences – Tutor : Ing. Petr Špecián, Ph.D. – City :London, 2018. 45 pages

Nudging is a theoretical concept of behavioral economics based on the positive influence of choice. It is used abundantly in the private sector in marketing and in recent years it has been popularized in the state administration. In the theoretical part, I address behavioral economics which is a part of economic approaches and serves as a base of nudging – tool of architecture of choice. Theoretical part also analyzes socialization and social environment for better understanding of the thesis context. Connecting nudging and social environment is a foundation of my experiment in which I'm trying to confirm the usage of this modern economic and psychological concept in the social realm and Interpersonal Relations. Practical part of my thesis is an experiment in which I focus on restaurant/café where I place the experimental design and test nudging in an atypical use – as a way how to increase social interaction.

Keywords: Architecture of choice. Behavioral Economics. Homo economicus. Nudging.

OBSAH

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK.....	8
ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK.....	9
ÚVOD	10
1 BEHAVIORÁLNA EKONÓMIA	12
1.1 Úvod do ekonomických smerov	12
1.2 Úvod do behaviorálnej ekonómie.....	13
1.2.1 Behaviorálna ekonómia a Slovensko	15
1.3 Obmedzená racionalita	16
1.3.1 Systém 1 a systém 2	17
1.3.2 Prospektová teória.....	18
2 NUDGING AKO NÁSTROJ ARCHITEKTÚRY VÝBERU.....	20
2.1 Architektúra výberu.....	20
2.2 Typológia	21
3 SOCIÁLNA INTERAKCIA	25
3.1 Medziľudské vzťahy.....	25
3.1.1 Klasifikácia medziľudských vzťahov	27
3.2 Interakcia z pohľadu sociológie.....	28
3.2.1 Druhy sociálnych interakcií	28
3.3 Interpersonálne vzťahy a sociálna psychológia.....	30
4 NUDGING V OBLASTI VÝSKUMU SOCIALIZOVANIA	32
4.1 Cieľ práce	32
4.2 Metodika práce	33

4.2.1 Výskumné prostredie	33
4.2.2 Postup pri spracovaní dát	34
4.3 Príprava experimentu.....	35
4.4 Realizácia experimentu.....	37
4.5 Výsledky výskumu	37
4.5.1 Hodnotenie kvality	39
4.5.2 Etické otázky.....	39
ZÁVER.....	40
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	41

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A ZOZNAM TABULIEK

Obrázky

Obrázok 1 Pomôcky k výskumu

Tabuľky

Tabuľka 1 Pozorovanie bez prítomnosti experimentálnych pomôcok

Tabuľka 2 Pozorovanie s experimentálnymi pomôckami

ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK

etc.	a tak ďalej
I	interakcia
IX	interakcia nesúviasiaca s postrčením
M	muž
napr.	napríklad
P1	preferencie 1
P2	preferencie 2
S	signalizácia
tj.	to jest
tzv.	takzvaný
Ž	žena

ÚVOD

Keď v októbri v roku 2017 získal profesor Chicagskej univerzity Richard Thaler Nobelovu pamätnú cenu za ekonómiu, dosiahol tým dovedy jedno z najvyšších pomyselných uznání ako pre seba, tak pre odbor, ktorý už zhruba štyridsať rokov pomáha budovať a posúvať ďalej - behaviorálna ekonómia. Stal sa tak spolu s Danielom Kahnemanom, ktorý rovnakú cenu dostal v roku 2002 za „integrovaný psychologický náhľad do ekonomickej vedy, špeciálne s ohľadom na ľudské správanie a rozhodovanie pod vplyvom neistoty,“ teda za základy behaviorálnej ekonómie, druhým takto vysoko oceneným priekopníkom behaviorálno – ekonomického smeru.

Dnešný svet je podstatne iný, než bol pred niekoľkými málo desiatkami rokov. V súvislosti s prudkým rozvojom a vývojom vo všetkých oblastiach života robíme denne viac rozhodnutí, ktoré zároveň vyžadujú vyššie kompetencie, v porovnaní s množstvom rozhodnutí predchádzajúcej generácie. Je nám poskytované viac možností výberu, pre ktoré nemáme dostatok podložených informácií. Rozhodnutia sú poznamenané omylmi s dopadom na rodinný rozpočet, verejné financie, ľudské zdravie a životné prostredie. Behaviorálne vedy sa snažia o nájdenie nástrojov pre zjednodušené hľadanie správneho rozhodnutia. Teda takého nástroja, pre ktoré by sa moderný človek rozhodol, keby mal náležité informácie a rozhodoval sa racionálne, objektívne a s vedomím dlhodobých následkov. Nudging je teoretický koncept behaviorálnej ekonómie založený na pozitívnom ovplyvnení voľby. Za neprebádané územie vo využití nudgingu pokladám socializáciu a zlepšenie ľudských vzťahov. Motívom prepojenia danej teórie a sféry sociálnej interakcie je pre mňa prekonanie sociálnych bariér vyskytujúcich sa pri nadväzovaní nových známostí. Potreba reálnej sociálnej interakcie sa s postupom doby zvyšuje súbežne s vývojom technológií zastupujúcich reálnu komunikáciu/interakciu. Ambíciou bakalárskej práce je otestovať využitie nudgingu pre zlepšenie sociálnej interakcie. Potenciál nudgingu vidím v prekonaní bariér, ktoré pokladám za hlavný dôvod nedostatku sociálnej interakcie.

Výskumný problém v tejto práci je nasledujúci: Ako možno zvýšiť frekvenciu sociálneho kontaktu medzi cudzincami vo verejnom priestore? Hlavná výskumná otázka znie: Je možné využiť postrčenie na zvýšenie frekvencie sociálneho kontaktu vo verejnom priestore? Doplnková otázka: Majú ľudia záujem nadväzovať nové kontakty? Kladieme si túto výskumnú otázku za účelom overenia toho či ekonomický koncept postrčenia ktorý funguje v iných

sférach navigácie ľudského chovania, bude fungovať aj pri zasadení do prostredia zoznamovania a vytváraní nových väzieb medzi ľuďmi.

Bakalárska práca sa skladá z teoretickej a praktickej časti. V rámci teoretickej časti sa venujem behaviorálnej ekonómii v ktorom má svoj pôvod koncept postrčenia, analyzujem postrčenie ako nástroj architektúry výberu a uvádzam rôzne príklady jeho použitia. V poslednej kapitole teoretickej časti bližšie popisujeme oblasť interpersonálnych vzťahov z hľadiska sociológie nakoľko práve nadviazanie vzťahu a zvýšenie sociálneho kontaktu je želaným dôsledkom experimentu. V rámci praktickej časti bakalárskej práce sme sa zamerali na reštauračné/kaviarenské zariadenia v ktorých je paradoxne samota častým javom. Experiment zložený z viacerých pozorovaní sa snažil nájsť odpoveď na výskumnú otázku a naznačiť prípadné možnosti využitia nudgingu vo sfére sociálneho kontaktu a nadväzovania nových vzťahov. Experimentálna hypotéza sa nepotvrdila nakoľko nedošlo k očakávanej reakcii probandov, na druhej strane dizajn experimentu umožnil zodpovedať doplnkovú výskumnú otázku a dokladá záujem ľudí o nadväzovanie nových kontaktov.

1 BEHAVIORÁLNA EKONÓMIA

„Behaviorálna ekonómia používa psychologické experimenty k vývoju teórií o ľudskom rozhodovaní a identifikovala radu skreslení ktoré sú výsledkom spôsobu akým ľudia uvažujú a cítia. Behaviorálna ekonómia sa snaží zmeniť to akým spôsobom ekonómia chápu ľudské vnímanie hodnoty a vyjadrených preferencií “ (Reeves, 2005).

Snahou behaviorálnej ekonómie je zakomponovať psychologické poznatky posledného pól storočia do ekonomickej náuky a pozmeniť spôsob akým neoklasická ekonómia vníma charakter ľudského rozhodovania. Preto sa v nasledujúcich častiach bližšie pozrieme do úvodu ekonomických smerov a najmä teda do behaviorálnej ekonómie.

1.1 Úvod do ekonomických smerov

„Zistil som prítomnosť ľudského života na mieste, ktoré nie je ďaleko, tam kde si moji kolegovia ekonómia mysleli že neexistuje: v ekonómii.“ (Thaler, 2017). Bola jedna z viet Thalerovho prejavu pri preberaní Nobelovej ceny, cez ktorú de facto predstavil symptomatický a zrejme najviditeľnejší rozdiel medzi dvoma ekonoickými smermi, ktoré sú v dnešnej dobe stavané proti sobe aj keď spolu úzko súvisia. Ide práve o smer behaviorálnej ekonómie a mainstreamovej ekonómie klasickej a neoklasickej, v ktorých je poňatie a fungovanie človeka videné rozdielnym spôsobom.

Tento zjednodušený ľudský model je užitočným nástrojom, vďaka ktorému je možné vybudovať exaktnejšie ekonomické teórie, pripraviť presnejšie ekonomické modely a finálne si vďaka zvyšujúcej sa zdanlivej exaktnosti získať aj vyšší vplyv nielen medzi vednými odborními (Levine, 2012). Na základe stanovených teoretických predpokladov je potom možné celý tento smer neklasickej ekonómie ďalej kategorizovať ako smer normatívny, teda smer, ktorý popisuje realitu a optimálne ekonomické ľudské správanie.

1.2 Úvod do behaviorálnej ekonómie

V snahe pochopiť pojem behaviorálna ekonómia je dôležité si najprv uvedomiť základný rozdiel medzi pohľadom behaviorálnych a tradičných ekonómov na problematiku racionality a iracionality. Tradičná ekonomika predpokladá, že ľudia sa pri nakupovaní rozhodujú absolútne racionálne. Behaviorálna ekonomika si je vedomá, že existuje veľké množstvo faktorov, ktoré ovplyvňujú naše rozhodnutie.

Behaviorálna ekonómia na rozdiel od ekonómie klasickej alebo neoklasickej nepočíta s človekom ako s rýdzo racionálnym ekonomickým a individualistickým aktérom. Naopak verí, že ľudské správanie je od ideálneho normatívneho racionálneho správania odchýlené a ľudia sa tak systematicky a predvídateľne správajú iracionálne (Agner, 2012). Zároveň je toto správanie v určitom (spoločenskom) kontexte a čase. Tento prístup je veľmi ľudský, prirodzený a paradoxne základom ekonómie nie vôbec vzdialený.

Už v čase začiatku a šírenia klasickej školy v 18. storočí pracovali prvý politickoekonomický teoretici s emóciami, etikou, psychológiou a psychosociálnymi faktormi. Napríklad *Adam Smith* vo svojej práci *Teória mravných citov* preberá nielen psychologické princípy individuálneho správania. Zaujímavosťou je navyše Smithova všeobecná perspektíva, ktorá je náhodne podobná teórii duálneho procesovania, ktorá je jedným z pilierov behaviorálnej ekonómie. Medzi ďalších patrila napríklad *Jeremy Bentham*, spájaný so vznikom všeobecného utilitarizmu, ktorý písal o psychologických základoch úžitku a následného ľudského šťastia (Camerer, 2011). Zároveň u Benthama môže dochádzať k jednej z prvých možných dichotómii, alebo nepochopenia úžitku (utility), ktorý môže byť inak chápaný ním a ďalšími ekonómami, ktorí ho vidia viac ako rozhodovací úžitok (Kahneman, 2012).

Ako je teda možné, že sa psychologický náhľad ekonomického poňatia ľudského rozhodovanie neujal? Jedným z dôvodov je neexistencia psychológie ako exaktného vedného oboru. Druhým potom snaha časti ekonomickej obce odlišiť sa od nevedeckej psychológie a viac sa priblížiť vedám prírodným, ktoré v tom čase zažívali svoj rozmach. V dôsledku tejto snahy bol napríklad prijatý a ustálený model ekonomického človeka *homo economicus*.

Hoci sa od tej doby mnoho ekonómov stavalo ku konceptom klasickej ekonómie kriticky, piliere očakávaného úžitku a racionálneho človeka zažili prvé väčšie zásahy až v 20. storočí (Samson, 2014). Tým prvým bola teória obmedzenej racionality pioniera umelej inteligencie, konceptu riešenia problémov, rozhodovania a organizačnej teórie, Herberta Simona, ktorú popisujeme v nasledujúcej podkapitole.

S pojmom behaviorálna ekonómia súvisí taktiež pojem homo economicus. Podstata človeka ekonomického vychádza z ľudského konania, ktoré sa vyznačuje (často nevedomou) kalkuláciou medzi slasťami a strasťami. Takáto kalkulácia je inherentná v každom ľudskom konaní. V prípade, ak je homo oeconomicus reprezentovaný firmou, nie je na prvý pohľad problém kalkuláciu nákladov a výnosov kvantifikovať. Prostriedkom kvantifikácie je v tomto prípade cena a kalkulácia je vedomá činnosť. Problém nastáva s formalizáciou ekonomického správania jednotlivca v úlohe spotrebiteľa, keďže jeho ekonomické náklady nie sú vždy ocniteľné a jeho výnosy nie sú kvantifikovateľné spravidla nikdy, nakoľko ide len o subjektívne pocity. Tento problém bol sčasti a nedokonale vyriešený ordinálnou teóriou spotrebiteľa. Porozumenie nedokonalosti ordinálnej teórie rovnováhy spotrebiteľa vyžaduje hlbšiu úvahu a vyvodenie jej logických dôsledkov (Holková, 2008).

Prvý možný náznak charakteristiky toho čo dnes nazývame Homo Economicus nájdeme u Stuarta Milla : „... *(politická ekonómia, pozn. autora) nevníma celú ľudskú povahu ako upravenú sociálnym stavom a ani celkovým správaním človeka v spoločnosti. Zaujíma sa len o neho samého, ako o bytosť ktorá túži byť bohatá a ktorá je schopná posúdiť a porovnať účinnosť prostriedkov k dosiahnutiu tohto bohatstva.*“ (Persky, 1995). Homo economicus predstavuje model, ideál človeka ktorý sa vyznačuje dokonalou racionalitou, vždy je schopný vybrať možnosť ktorá je v jeho najlepšom záujme, jeho sebakontrola je bezchybná a všetky dostupné prostriedky využije k vlastnému úžitku. Jeho zásadnými charakteristikami dôležitými pre potreby tejto práce sú racionalita a maximalizácia úžitku.

Racionalita resp. teória racionálnej voľby rámcuje koncept Homo economicus tak že medzi jeho vlastnosti patrí veľmi dobrá informovanosť v problematike ktorú momentálne rieši, jeho preferencie sú jasne dané a stabilné a je spôsobilý presne vybrať vhodnú alternatívu pri rozhodovaní tak aby naplnil svoje preferencie ako je najlepšie schopný (Simon, 1955).

Racionálna voľba úzko súvisí s teóriou úžitku ktorá sa drží nasledujúcich predpokladov: zrušenie, tranzitivita, dominancia a nemennosť (Tversky, 1986). Zrušenie vraví že ak volíme medzi možnosťami, mali by sme vyberať medzi tými ktoré vedú k rozdielnym výsledkom a eliminovať tie ktorých výsledky sú zhodné. Tranzitivita predstavuje stabilitu preferencií ktorá znamená že ak preferujeme banán viac ako jablko budeme ho preferovať tzn. pripisovať mu tú istú hodnotu bez ohľadu na zmenu možností. Dominancia predpokladá že ak máme na výber zo súboru možností a jedna z nich je lepšia ako ostatné je dominantná a mala by byť zvolená.

Nemennosť ukazuje že na výber medzi alternatívami by nemal mať nijaký vplyv spôsob ich prezentácie, poradie etc.

Snahou behaviorálnej ekonómie je zakomponovať psychologické poznatky do ekonomických učebníc a prehodnotiť teórie a modely vo svetle nových skutočností. Na základe zistení z množstva experimentov behaviorálna ekonómia spochybňuje koncept Homo economicus a nanovo definuje človeka ako jedinca ktorý spracováva a vyhodnocuje informácie vedomým spôsobom avšak jeho rozhodnutia sú z veľkej časti ovplyvnené emóciami, postojmi, skúsenosťami a predsudkami. Takýto človek podlieha pri rozhodovaní lenivosti, ktorá ho vedie k použitiu heuristik ktoré mu jeho voľbu z kognitívneho hľadiska uľahčia. Jeho kontrola nad sebou samým taktiež nie je vždy dokonalá, vplývajú na neho predsudky aj skúsenosti z minulosti. Behaviorálna ekonómia poukazuje na limity ľudského vnímania ktoré vedú k tomu že sa človek nerozhoduje vo všetkých situáciách ideálne a nevyberá možnosti z ktorých by mal najväčší prospech alebo by boli v zhode s jeho preferenciami.

Ako je behaviorálna ekonómia rozšírená na našom území a na akej úrovni je sa môžeme dozvedieť v nasledujúcej podkapitole zameranej práve na územie Slovenskej republiky.

1.2.1 Behaviorálna ekonómia a Slovensko

Aj cez množstvo úspechov je behaviorálna ekonómia stále ešte na začiatku svojej cesty. Avšak odbor je stále viac vyhľadávaný pre jeho významnú prepojenosť s praxou. Môže poskytnúť mnoho vysvetlení napríklad v odbore financií. Na území Slovenskej republiky nie je téma behaviorálnej ekonómie rozšírené v takej miere, ako napríklad v USA. Aj napriek tomu sa však u nás pár publikácií nájde a niektoré sú dokonca písané slovenskými autormi. Zatiaľ je ich stále poskromne, ale podľa nášho názoru je to dané hlavne skutočnosťou, že slovenskí študenti ekonómie majú veľmi malú šancu s behaviorálnou ekonómiou prísť do styku.

To, že sa u nás behaviorálna ekonómia na bežných vysokých školách takmer nevyučuje, je úplne pochopiteľné. Ako uvádza aj väčšina autorov, ktorí sa touto témou zaoberajú, jedná sa o disciplínu značne náročnú a k jej štúdiu je potrebné mať aj dostatočné znalosti psychológie. Behaviorálna ekonómia je tiež založená skôr na vykonávaní rôznych experimentov a popisovaní fungovania ekonómie v praxi. Podľa nášho názoru je slovenské školstvo viac postavené na vyučovaní teórie, teda sa s ním tento odbor ani príliš nezlučuje. Samozrejme aj v našej krajine nájdeme hŕstku ľudí, ktorí behaviorálnej ekonómií prepadli a venujú sa jej veľmi

intenzívne. Väčšina z nich sa k nej ale nedopracovala u nás. Poväčšinou na prvú myšlienku tejto vedy narazili pri zahraničných štúdiách.

Na území Českej republiky sa nachádza zrejme najväčšia „základňa“ behaviorálnej ekonómie v podobe Laboratória experimentálnej ekonómie (LEE), ktoré bolo založená v auguste roku 2009. V laboratóriu sa venujú výskumom a experimentom práve z oblasti experimentálnej ekonómie, ale aj behaviorálnej ekonómie. Pod jej záštitou sa uskutočnilo aj niekoľko študentských výskumov napríklad pre vyššie spomínané kvalifikačné práce študentov VŠE či CEBEX. Na území Slovenska sa laboratórium behaviorálnej ekonómie nachádza v Slovenskej akadémii vied.

1.3 Obmedzená racionalita

V 50. rokoch 20. storočia prišiel Simon s dnes už známou teóriou obmedzenej či viazanej racionality, alebo by sa dalo povedať aj situačnej racionality, ktorá nabúrava pôvodný racionálny koncept človeka. Jej hlavnou tézou je, že ľudské rozhodnutia nie sú vždy optimálne a ľudskú myseľ je potrebné chápať relatívne vzhľadom k prostrediu, v ktorom sa vyvíja.

Objektívne racionálne rozhodovanie je potom nereálne, pretože kladie až príliš veľké požiadavky na kognitívne schopnosti ľudí. Rozhodovanie je determinované predpokladmi ako sú schopnosti, vedomosti, osobné ciele a záujmy, prípadne okamžitý stav (Simon, 1982).

V rámci štúdia ľudského riešenia problémov prichádza Simon tiež ako jeden z prvých s termínom heuristika, teda jednoduchých mentálnych skratiek a pravidiel, ktoré pomáhajú uľahčiť ľudské rozhodovanie v komplexných situáciách vďaka zníženiu kognitívnej záťaže (Camerer, 2004). Paralelne k práci Simona a aj v jeho nadväznosti sa v druhej polovici dvadsiateho storočia začína znovu viac ozývať aj psychológia, a to skrz kognitívnu vetvu, ktorá porovnáva kognitívne modely rozhodovania pri neistote s klasickými racionálnymi modelmi o úžitku.

Tými najznámejšími, ktorí sa na ekonomické problémy pozreli z iného pohľadu a postupne tak oslabili ich vplyv a silu sú považovaní dvaja psychológovia, Daniel Kahneman a Amos Tversky. Obaja taktiež pokračovali v rozšírenej heuristike ako neoddeliteľnej súčasťi pri rozhodovaní. Vďaka pokrokom v súčasnej neurológii a experimentálnej psychológii už dnes vieme, že naše kognitívne procesy nie sú súčasťou jednoliateho mechanizmu. Za posledné desaťročia bolo v týchto oblastiach nahromadené veľké množstvo evidencie, ktoré nasvedčuje,

že v našom mozgu existujú dva odlišné - i keď navzájom prepojené - kognitívne systémy. Jeden z nich je automatický, stereotypný, rýchly a hospodárny, zatiaľ čo druhý je deliberatívny, monotónny, pomalý a kognitívne náročný. Striktne vzaté pravdaže platí, že máme len jeden kognitívny systém. Ten je však rozpoltený na dva spomínané subsystemy a pre jednoduchosť je preto dobré o nich uvažovať ako o dvoch odlišných systémoch. Tieto systémy si bližšie predstavíme v nasledujúcej podkapitole.

1.3.1 Systém 1 a systém 2

Hoci za posledné desiatky rokov vzniklo viac poňatí dvoch režimov resp. systémov myslenia, to Kahnemanovské nadobudlo najväčšieho ohlasu zrejme aj vďaka svojej zrozumiteľnosti, medziodborovej aplikácii a dosahu k širšej verejnosti.

Systém 1 je automatický a omnoho rýchlejší ako Systém 2. Funguje odkedy sa zobudíme a zastaví sa až keď zaspíme, jeho fungovanie nevyžaduje skoro žiadne úsilie a vedomú kontrolu. Sú pre neho typické asociácie, orientácia na zdroj zvuku, odhad vzdialenosti, registrácia nepriateľského tónu v hlase alebo porozumenie jednoduchým vetám etc. Systém 2 *„Keď o sebe uvažujeme identifikujeme sa so Systémom 2, svojím vedomím a rozumovým ja ktoré má určité názory a ktoré sa rozhoduje o tom čo si myslieť a čo robiť.“* (Kahneman, 2012).

Systém 2 je pomalší, konštruuje myšlienky, volí logické závery, vyhodnocuje situácie a porovnáva. Na rozdiel od Systému 1 vyžaduje Systém 2 našu pozornosť, nie je automatický.

Systémy nie sú oddelené, práve naopak vzájomne spolupracujú. Systém 1 ktorý je aktívny neustále, využije pomoc Systému 2 v prípade že sa naskytne problém ktorý nedokáže vyriešiť sám, inými slovami udalosti vybočia z modelu sveta udržiavaného Systémom 1 (Kahneman, 2012).

Príkladom môže byť konfliktná situácia v ktorej zažívame pocity hnevu a nepriateľstva a najradšej by sme dali priechod svojim emóciám a povedali niečo čoho by mohli v budúcnosti ľutovať. Systém 2 vyhodnotí emócie a dojmy sprostredkované Systémom 1, vyhodnotí riziká, zväží možné následky a vedie nás (aspoň väčšinou) k tomu aby sme sa ovládli a jednali v rámci sociálnych noriem. Systém 2 prispieva k sebakontrolke zväčša má nadradené postavenie voči Systému 1. Spolupráca oboch systémov však naráža na problém obmedzenej kapacity

pozornosti ktorá bola dokázaná napríklad Stroopovým efektom alebo Gorilím experimentom. Bližšie si charakterizujeme resp. predstavíme Stroopov efekt. Stroopov efekt objavil v roku 1935 James Ridley Stroop. Inšpiroval ho jednoduchý test názvov a farieb, pričom si pozorne všimal problém, ktorý pri tejto úlohe vzniká. „*Ide vlastne o konkrétny konflikt dvoch mozgových hemisfér, pričom pravá rozlišuje farbu a ľavá hľadá adekvátny výraz (teda názov farby). Všeobecné vysvetlenie Stroopovho efektu je, že pozorované objekty majú zautomatizovaný proces čítania. Slová sú spracované veľmi rýchlo, bez ohľadu na farbu písma. Na druhej strane identifikácia farieb nie je úloha, ktorej sa pozorovaný často podrobujú, a práve preto, nie je automatická a je pomalšia. Rýchle a automatické spracovanie slov vo veľkej miere negatívne ovplyvňuje nutnosť vypovedania o farbe slova*“ (Tomko, 2000).

Ľudská pozornosť nie je nekonečná a preto musí byť účelne zameriavaná na činnosť alebo objekt z čoho zároveň implicitne vyplýva že ostatným činnostiam alebo objektom je venovaná malá alebo žiadna pozornosť. Pozornosť a jej obmedzenú kapacitu si je možno v zjednodušenej analógii predstaviť ako priamy lúč svetla sledujúci herca na javisku. Ostatní herci tiež stoja o pozornosť ale svetlo je schopné sledovať len jedného z nich. Vedomé presúvanie pozornosti a jej zameranie konkrétnym spôsobom si taktiež vyžaduje mentálne úsilie.

Uzavrime teraz tento výklad a spýtajme sa: „*Ako sa tento Kahnemanov popis má k predstavám, ktoré nám o našom rozhodovaní ponúka ekonomická teória? A ako si aktéri, ktorých rozhodovacie mechanizmy sú pod kontrolou raz jedného, raz druhého systému, stoja tvárou v tvár kritériu ekonomickej racionality?*“ Odpoveď sa dozvieme v pokračovaní tejto kapitoly.

1.3.2 Prospektová teória

Až donedávna bolo teda naše vnímanie rizika a spôsob, akým vytvárame svoje rozhodnutie, považované za otázku pravdepodobnosti náležiacej viac štatistike a ekonómií ako psychológii. Avšak kognitívna psychológia so svojim dôrazom na mentálne procesy priniesla prekvapujúce výsledky do oblasti konceptov vnímania, tvorenia úsudkov a riešenia problémov.

Izraelsko - americký vedec Daniel Kahneman spolu s Amosom Tverským preskúmali teórie týkajúce sa rozhodovania za neistoty a už v práci „*Úsudok za neistoty: Heuristiky a skreslenie*“ (1974), prišli s detailnejším popisom troch základných heuristik, ktoré sa do

rozhodovania a prospektovej teórie premietajú. Zistili, že tieto heuristiky ale vedú k systematickým a predvídateľným chybám (Kahneman, 1974). Všeobecná predstava, že sa tak ľudia rozhodujú na základe štatistickej pravdepodobnosti, nie je v skutočnosti pravdivá, čím popreli Bernoulliho teóriu očakávaného úžitku z 18. storočia, ktorá sa zrazu zdala príliš slabá vo svojej jednoduchosti a zanedbávala pohybový prvok.

Skrze komplexnejšiu teóriu sa začalo k ľuďom pristupovať ako k aktérom, ktorí sa riadia intuitívnymi či zažitými skúsenosťami vyplývajúcimi z konkrétnych prípadov. Následkom toho dochádza často k omylom, pretože človek použije prvé riešenie, ktoré ho napadne, namiesto aby hľadal to, ktoré je najviac pravdepodobné (Kahneman, 2012). Kahneman a Tversky si všimli, že táto metóda popiera racionalitu rozhodovania: máme sklon preceňovať situácie s nízkou pravdepodobnosťou (napríklad zrútenie lietadla) a podceňovať situácie s vysokou pravdepodobnosťou (autonehoda zapríčinená požitím alkoholu).

Skrze vkladajú teóriu je tak možné identifikovať tri kľúčové princípy:

- Princíp referenčného bodu, teda východiskového stavu, z ktorého sa ľudia rozhodujú. Hodnotenie je pomerné vzhľadom k neutrálnemu referenčnému bodu, ktorý sa tiež niekedy nazýva ako adaptačná úroveň. Tento stav nemusí byť pre všetkých rovnaký, a preto i výsledný stav napríklad po získaní určitej odmeny nemusí byť podobný (Kahneman, 1979). Zároveň je možné vnímať výsledky pod referenčným bodom ako straty.
- Princíp klesajúcej citlivosti, ktorý sa týka nielen vnímania, ale aj hodnotenia zmien majetku.
- Princíp averzie k strate, kedy ľudia vnímajú priame straty ako väčšiu hrozbu než lákadlo rovnako vysokých ziskov.

Pochopenie princípov ľudského rozhodovania z pohľadu priekopníkov behaviorálnej ekonómie nám poskytuje možnosť nazerať na každodenné situácie odlišným spôsobom. Ponúka nám možnosť využiť slabiny a evolučné danosti v prospech navigácie ľudského rozhodovania smerom ktorý sa javí ako najviac prospešný pre ľudí samotných. Presne o to sa snaží nudging o ktorom si povieme v ďalšej kapitole.

2 NUDGING AKO NÁSTROJ ARCHITEKTÚRY VÝBERU

Behaviorálna ekonómia nám vie pomôcť robiť veci efektívnejšie. Nástroj, ktorý nám pomáha pri správnom rozhodovaní v behaviorálnej ekonómii označujeme pojmom „ nudging “, teda šťuchnutie alebo postrčenie. V nasledujúcej kapitole si predstavíme tento pojem zo všeobecného hľadiska.

Postrčenie resp. nudging je normatívne rozšírenie behaviorálnej ekonómie smerom k zámernému ovplyvňovaniu ľudského správania. Využíva sa hojne v privátnom sektore v oblasti marketingu a v posledných rokoch sa spopularizovalo jeho využitie v štátnej správe.

„Postrčenie, tento termín budeme používať, je akýkoľvek článok architektúry výberu ktorý predvídateľne mení ľudské chovanie bez toho aby zakazoval nejaké možnosti alebo významne menil ekonomické podnety. Aby sa zásah počítal ako obyčajné postrčenie musí byť jednoduchý a musí byť ľahké sa mu vyhnúť.“ (Thaler, 2010).

2.1 Architektúra výberu

Architektúra výberu, poukazuje na fakt že existuje mnoho spôsobov prezentácie voľby človeka ktorý sa rozhoduje, a že jeho následný výber závisí na tom ako je možnosť prezentovaná. Architekti výberu majú významný, a pravdepodobne nedocenený vplyv, podobne ako architekt budovy ktorý ovplyvňuje správanie ľudí v budove prostredníctvom umiestnenia dverí, chodieb a schodísk. Podobne dokážu architekti výberu ovplyvniť voľbu rôznymi spôsobmi (Johnson, Goldstein, 2003).

Architektom výberu sa jednotlivec či organizácia nestáva dobrovoľne, ak pripustíme že každá verzia usporiadania možností alebo ich prezentácia má vplyv na výsledné rozhodnutie, je architektom výberu každý v koho moci je kontrola týchto možností. Architekt výberu, ktorý si je svojej moci vedomý a akceptuje ideu liberálneho paternalizmu, používa k ovplyvneniu voľby postrčenia.

Thaler, Sustein a Balz (2003) menujú 6 princípov ktoré na ktoré by mal architekt výberu myslieť a to pohnútky, očakávanie chýb, poskytnutie spätnej väzby, pochopenie mapovania, štruktúrácia zložitých výberov a predvolená možnosť (*default*). Princíp pohnútok úzko súvisí s ich nápadnosťou (*saliency*), architekt výberu môže manipulovať s nápadnosťou možností a tým ovplyvniť voľbu, zároveň by mal počítať s tým že ľudia chybujú a svoj systém voľby tomu prispôbiť. Poskytnutie spätnej väzby významne ovplyvňuje chovanie a pomáha predchádzať chybám. Mapovanie predstavuje vzťah medzi výberom a prospechom z neho ktorý nie je vždy úplne jasný a architekt výberu môže lepšou transparentnosťou predísť nechcenej voľbe. Veľké množstvo možností často vedie k použitiu heuristik ktorých cieľom je zjednodušenie, štruktúráciou zložitých výberov je tomu možné predísť. Predvolená možnosť predpokladá že väčšina ľudí nevyvinie úsilie a nezmení „pôvodné nastavenie“ čo by mal architekt výberu brať do úvahy.

2.2 Typológia

Na základe účelu je možné rozdeliť jednotlivé postrčenia do 3 dimenzií a to na postrčenia ktoré podporujú sebakontrolu a na tie aktivujúce štandardy správania, ďalšia dimenzia predstavuje aktívne a pasívne postrčenia a tretia dimenzia je tvorená vedomými a nevedomými postrčeniami. (Thaler, Benartzi, 2004)

Jednotlivé dimenzie si charakterizujeme nižšie.

Postrčenia podporujúce sebakontrolu – tieto postrčenia majú za úlohu zachovať štandardy chovania ktoré sú považované za žiaduce ale ich dodržiavanie naráža na problém sebaovládania. Človek si vo chvíli keď vedome plánuje a v prevahe je Systém 2 zaumieni určitý cieľ ale keď sa nachádza v konkrétnej situácii a je vystavený vnemom a emóciám môže jeho vôľa poľaviť a do konania sa vloží automatický Systém 1. Účinnosť postrčenia pre zlepšenie sebakontroly ukazuje experiment realizovaný za účelom zlepšenia dosahovania cieľov (Thaler, Benartzi, 2004).

Postrčenia aktivujúce štandardy správania – Pri tomto druhu postrčení je úlohou architekta výberu identifikácia prípadov v ktorých ľudia nemajú jasne definované preferencie a môže byť využité usmernenie voľby. Dôvodom je aj prosté nevenovanie pozornosti určitým otázkam a problematikám ktoré nie sú predmetom prioritného a častého záujmu. Pokiaľ teda väčšina ľudí nemá z vyššie uvedených alebo iných dôvodov jasne definované štandardy správania v rozhodovacom procese, je namieste použiť postrčenie ktoré zaktivuje latentné alebo

usmerní presne nevyhradené správanie tak aby zlepšilo výbercov blahobyť (Thaler, Benartzi, 2004).

Aktívne postrčenia – sú postrčenia ktoré ľudia využívajú na ovplyvnenie samých seba a stávajú sa tak architektom výberu a výbercom zároveň. Pomáhajú k docieleniu žiadaného správania prostredníctvom postrčenia ktoré je dobrovoľné a človek si ho je plne vedomý. Práve preto že postrčenie zahŕňa len človeka samotného a vychádza z jeho iniciatívy, je možné použiť radikálnejšie metódy postrčenia ktoré výrazne sťažujú výber nechcenej alternatívy. V jednoduchosti sú individuálne postrčenia vyjadrením našej vôle pre naše vlastné smerovanie v budúcnosti. Dôchodkové sporenie môže byť z pohľadu behaviorálnej ekonómie problematické pretože pri ňom bežne počíta s veľkým dielom samostatnosti a prehľadom vo financiách. Thaler a Benartzi navrhli systém architektúry výberu s názvom Ušetri Zajtra Viac (*Save More Tomorrow™*) ktorý je založený na psychologických princípoch a navádza účastníkov k tomu aby sa upísali k progresívnemu zvyšovaniu odvodov na dôchodok ktoré by korešpondovalo so zvyšovaním platu čím by sa predišlo averzii ku strate. Tí ktorí sa do programu zapojili vo výsledku sporili na dôchodok viac ako ich kolegovia pretože ich systém sporenia sa automaticky prispôboval vývoju ich finančného ohodnotenia a tým zaistil znateľne vyššie úspory (Thaler, Benartzi, 2004).

Pasívne postrčenia – predstavujú veľkú väčšinu postrčení nakoľko jedine v prípadoch aktívnych postrčení pri ktorých ovplyvnenie vychádza od samotnej ovplyvnenej osoby nie je prítomná tretia strana. Pasívne postrčenia teda vplývajú na ľudí bez ich vedomého zásahu čím pasívne ovplyvňujú voľbu bez toho aby výrazne sťažovali či zakazovali iné alternatívy vo výberovom procese.

Vedomé postrčenia – ich úlohou je oslabiť až eliminovať skreslenia spôsobujúce chyby v rozhodovaní a tým prispieť k výberu tej najlepšej možnosti. Potlačením skreslení sa podporia uvedomelé vzorce chovania ktoré by inak za prítomnosti skreslení mohli byť zatižené. Vedomé postrčenia sa snažia ľudí upozorniť na aspekty voľby ktoré by ich mohli inak v emocionálne zafarbenej situácii alebo pri nedostatku pozornosti priviesť k zlým rozhodnutiam (Schultz, 2007).

Nevedomé postrčenia – uplatňujú opačný prístup ako aktívne postrčenia a namiesto toho aby sa snažili skreslenia odhaliť a oslabiť, využívajú ich ako nástroj k ovplyvneniu voľby. Spoliehajú sa na limitovanú kapacitu ľudskej pozornosti a používanie heuristik pri čom je priam nežiadúce aby si ich bol výberca ich použitia vedomí, nakoľko by to mohlo negatívne ovplyvniť

ich účinok. Práve nevedomé postrčenia sú terčom kritiky odporcov liberálneho paternalizmu, to však nezabránilo mnohým štátom v použití grafických varovaní na krabičkách cigariet za účelom zníženia fajčenia v populácií a ochrane dospelých. Varovania v podobe odpudivých obrázkov ukazujú následky fajčenia ako sú zanesené pľúca, nádory a emocionálne zafarbené fotky spoločne s textom upozorňujúcim na škodlivé účinky fajčenia pre zdravie. Výskum zameriavajúci sa na vplyv varovaní na cigaretových krabičkách na dospelých naznačuje že použité varovanie fungujúce ako postrčenie vyvolávajúce emóciu má potenciál znížiť fajčenie medzi dospelými a zároveň zvýšiť povedomie o nebezpečných následkoch (White, Webster, 2008). Ďalším spôsobom ako je možné jednotlivé postrčenia kategorizovať je tým že určitý typ chovania povzbudzujú tým že usmerňujú výbercu tak aby k požadovanému chovaniu dospel alebo v ňom pokračoval napríklad znižujú náklady na takéto chovanie, prezentujú možnosti vedúce k požadovanému chovaniu nápadnejšie, zdôrazňujú benefity alebo využívajú prispôbenie sa väčšine k usmerneniu voľby. Opakom sú postrčenia odradzujúce od nežiadúceho správania využívajúce zdôraznenie negatív, sťažien nežiadúceho výberu, vytvorením predbežných záväzkov alebo asociáciou negatívnych pocitov s možnosťami ktoré architekt výberu určil ako nevhodné (Thaler, Benartzi, 2004).

Pri konštrukcii systému je vhodné mať na pamäti 6 princípov architektúry výberu a chápať že rôzne situačné kontexty si vyžadujú odlišné typy postrčení a je úlohou architekta výberu zvoliť vhodnú stratégiu a špecifikovať ju tak aby čo najlepšie fungovala a viedla výbercov požadovaným smerom.

Pekný príklad na postrčenie si môžeme uviesť z hlavnej železničnej stanice v Bratislave týkajúce sa fajčiarov. Fajčiari väčšinou fajčili na miestach, kde to bolo zakázané. Nie cielene a úmyselne aby škodili. Robili to podvedome a nevedomili si, že je to zakázané. Stačilo len zmeniť prostredie (nakreslením navigačných stôp ku zóne pre fajčiarov ďalej od vchodu), upútať tak ich pozornosť a zámerne ich prinútiť zmeniť doterajšie správanie. Len ich postrčiť. Ukážku postrčenia na železničnej stanici uvádzam nižšie.

Obrázok 1 Ukážka nudgingu na hlavnej železničnej stanici v Bratislave



Zdroj: Ako ľudí nenápadne postrčiť, aby robili správne veci? Pomôže nudge (online), 2018

3 SOCIÁLNA INTERAKCIA

Praktická časť bude zasadená do prostredia zoznamovania a vytvárania nových väzieb medzi ľuďmi. Výskum bude prebiehať v kaviarenskom prostredí. Z tohto dôvodu sme sa rozhodli zaradiť samostatnú kapitolu o sociálnej interakcii do nami vytvorenej práce, pretože pilierom výskumného problému je práve sociálna interakcia medzi jedincami. V tejto kapitole si zo všeobecného hľadiska charakterizujeme základné pojmy súvisiace so sociálnou interakciou a to konkrétne medziľudské vzťahy a ich klasifikáciu, interakciu a v neposlednom rade aj interpersonálne vzťahy.

Ako ľudské bytosti žijeme v spoločnosti. Spoločnosť opisuje Sokol (1998) komunikácie, istá predstava správania a mravov, spoločná minulosť a tradícia, fyzická blízkosť a množstvo skutočných stretávaní, často zdieľané ciele a hodnoty.

Podľa sociálneho psychológa Ivana Slaměníka základným predpokladom a charakteristikou interpersonálnych vzťahov je to, že dvaja ľudia sa aspoň občas ocitajú v interakcii. Tieto interakcie zanechávajú istú „stopu“, napríklad v podobe príjemného dojmu. So zvyšujúcou frekvenciou sa môže, ale nemusí stupňovať vzájomné ovplyvňovanie. Vzťahom sa myslí už ustanovená väzba medzi dvoma ľuďmi, ktorá má svoje špecifické vlastnosti a históriu (Jeleňová, 2017).

Interakcia je časovo ohraničená sociálna udalosť, ktorá môže prebehnúť v už trvajúcim vzťahu aj medzi náhodnými ľuďmi. Interakcie sú nevyhnutné na udržanie akéhokoľvek vzťahu. Do niektorých interakcií a vzťahov vstupujeme ochotne a radi, iným sa nedá vyhnúť, hoci neprinášajú žiadne potešenie.

3.1 Medziľudské vzťahy

Človek vstupuje do kontaktu s druhými ľuďmi od narodenia, ba aj pred ním. Prostredníctvom druhých ľudí sa ešte len stáva človekom. Téma vzťahov je pritom nekonečne rozsiahla a okrem základných vzťahov vnútri rodiny a základného nutného sociálneho fungovania tiež psychologicko - existenciálna potreba združovať sa s druhými patrí k základným ľudským potrebám (Rybecká a kol., 2016).

Podľa sociálnych psychológov Milesa Hewstona a Wolfganga Stroebeho sa táto potreba aktivuje predovšetkým v náročných, stresujúcich situáciách, kedy jedinec vyhľadáva druhých ľudí aj preto, aby mohol porovnať svoje pocity s ich, aby došlo k redukcii úzkosti a aby získal

informácie o povahe hrozby. Ľudia prežívajúci neuspokojivé sociálne vzťahy vo vyššej miere prežívajú osamelosť a trpia zdravotnými problémami (Rybecká a kol., 2016). K rozvoju vzťahov, priateľských i partnerských, pozitívne prispieva telesná blízkosť druhých. Každé priateľstvo sa prejavuje reciprocitou, vzájomnou závislosťou a intimitou. Človek ako jedinec v spoločnosti je denne súčasťou mnohých sociálnych interakcií s inými ľuďmi. Na základe týchto interakcií môžu vznikáť vzťahy. Pokiaľ ide o samotnú typológiu ľudských vzťahov, I. Slaměník píše, že „škála interpersonálnych vzťahov je značne široká a pestrá“. Nepredstavuje však kontinuum, kedy hlavný znak, ktorým je tesnosť, narastá od pomyselnej minimálnej až k akejsi maximálnej hodnote, ktorá by znamenala koncový bod kontinua, ale pokračuje na novej kvalitatívnej úrovni (Pružinec a kol., 2009).

Ako uvádza Slaměník (2008), podľa amerického výskumného psychológa Marka R. Rosenzweig, rozlišujeme vzťahy spoločenské, povrchné a vzťahy osobné, medziľudské. Vzťah čiže relácia vždy predpokladá nejakého nositeľa vzťahu, účel vzťahu a dôvod vzťahu. Vzťahy ďalej rozlišujeme na jednostranné a vzájomné. Medziľudské vzťahy sú tou oblasťou spoločenských vzťahov, v ktorej vystupuje do popredia vzťah človeka k človeku, na rozdiel od spoločenských vzťahov v širšom slova zmysle, pre ktoré sú charakteristické vzťahy medzi malými a veľkými skupinami, národmi a pod. Vo svojej úplnej podobe sociálnej interakcie zahŕňa poznávanie druhých ľudí a samých seba v sieti sociálnych vzťahov, komunikáciu medzi členmi ľudskej spoločnosti, vzájomné pôsobenie prostredníctvom vykonávaných činností. Vzájomné medziľudské vzťahy umožňujú jedincovi „pozeráť sa sám na seba očami sociálneho partnera“.

Sociálne vzťahy sú súčasťou vonkajšieho sveta človeka, sú objektívnym faktorom v jeho jednaní. Je možné ich študovať a rozlišovať podľa obsahu, teda podľa charakteru činností, v ktorých sa vzťah uskutočňuje, a to na vzťahy percepčné, interakčné a komunikačné (Nový, Surynek, 2002). Avšak v reálnom sociálnom vzťahu pôsobia tieto tri aspekty ako vzájomne prepojený komplex prvkov, poznávanie neprebíha oddelene od interakcie a komunikácie, ale je ich prirodzenou súčasťou (Provazník, 1997), takže trvať na striktnom delení je viacmenej zbytočné.

Interpersonálne vzťahy sú teda také vzťahy, v ktorých vystupujú jedinci, ktorí sa osobne poznajú, vo svojich špecifických kvalitách a je medzi nimi citové puto, či už pozitívneho alebo negatívneho charakteru. Môžu sa stať samy o sebe pre jedincov dôležitou hodnotou, ľudia v takýchto vzťahoch lepšie odolávajú tlakom či zmenám, ktorým sú vystavení, funguje medzi

nimi rýchlejšia komunikácia, presnejšie očakávania a nájdeme tu aj väčšie smerovanie k všestranne prospešnej dohode. V konečnom dôsledku tak majú okruhy interpersonálnych vzťahov tendenciu k sebeorganizujúcemu sa celku, čo nemôžeme očakávať od vzťahov sociálnych. Ich rozdelenie tak do určitej miery korešponduje s delením na vzťahy formálne a neformálne, s ktorým sa v literatúre stretávame bežnejšie.

3.1.1 Klasifikácia medziľudských vzťahov

Medziľudské vzťahy môžeme triediť podľa rôznych kritérií, tak napríklad na základe kritéria bezprostrednosti rozlišujeme vzťahy priame a nepriame. Priame medziľudské vzťahy sa odohrávajú tvárou v tvár a zahŕňajú vzťahy osobné blízkosti (neformálne vzťahy) a vzťahy výkonovo funkčné (formálne vzťahy), ako nepriame potom označujeme také vzťahy, ktoré sú sprostredkované druhými osobami alebo médiami (Helus 2011).

Neformálne vzťahy sa vyznačujú tromi základnými znakmi - interpersonalitou, vzájomnou závislosťou a uspokojovaním potrieb. Ľudia na seba vzájomne reagujú, komunikujú spolu, záleží im na sebe a snažia sa vzťah naďalej posilňovať, udržiavať a chrániť. Zároveň si v takomto vzťahu účastníci uspokojujú rôzne potreby, ako je potreba blízkosti, oddanosti, dôvery alebo spolupráce. Vzájomný styk jedincov je v tejto forme určený predovšetkým záujmom jedného o druhého. Oproti tomu, vo vzťahoch formálnych nejde v prvom rade o osoby, ktorým na sebe záleží ako na jedinečných individualitách, ale o funkcie, ktoré plnia. Typickou ukážkou sú vzťahy zamestnanecké určované nadriadenosťou a podriadenosťou či pracovnou náplňou (Pružinec a kol., 2009).

Ďalším typickým rozlíšením, ktoré v rámci problematiky vzťahov už viacmenej automaticky využívame, je delenie na vzťahy horizontálne a vertikálne. Horizontálne vzťahy medzi ľuďmi v pracovnom procese označujú vzťahy medzi osobami v rámci rovnakej pracovnej úrovne. Hovoríme teda o vzťahoch medzi spolupracovníkmi. Tieto vzťahy vznikajú jednak v dôsledku pracovných požiadaviek, utvárajú sa ale aj v dôsledku sympatií (popr. averzie) medzi spolupracovníkmi. Spravidla začínajú na formálnej báze, pretože sú organizačne vymedzené, ale vždy postupom času dostávajú emocionálne neformálnu podobu (Bedrnová, Nový 2002).

Ako vertikálne označujeme tie vzťahy, ktoré pôsobia medzi vedúcimi a nimi podriadenými pracovníkmi, pretože vznikajú a rozvíjajú sa na báze odlišných pracovných

pozícií. V týchto interakciách je zjavný mocenský charakter, ktorý môže podobu vzťahu značne poznamenať. „ *Práca je v modernej dobe prác v rámci určitej hierarchie: na jednej strane je autorita, na druhej podriadenosť* “ (Pružinec a kol., 2009,103). Avšak ani v rámci vzťahov na rovnakej úrovni sociálnych pozícií nemôžeme hovoriť o absolútnej rovnosti. Málokedy bývajú ľudia v rámci horizontálnej línií na zhodnej komunikačnej, respektíve vzťahovej úrovni (Bedrnová, Nový 2001). Aj v rámci kolegiálnych vzťahov sa časť subjektov často sama o sebe posúva do vyššej pozície, z ktorej potom ovplyvňuje svojich konkurentov, poťažmo partnerov. Fenomén „ prevalcovania “ iných vyplýva z našej potreby nájsť si svoje miesto na slnku, čo býva často v menšej či väčšej miere na úkor iných. Hoci sú takéto prejavy súhrou biologických, psychických a sociálnych faktorov u každého jedinca iné, je možné aktuálnymi kultúro – organizačnými podmienkami túto potrebu posilniť (Pružinec a kol., 2009).

Medziľudské vzťahy môžeme tiež deliť na prosociálne, teda také, ktoré sa vyznačujú vzájomnou pomocou a oporou, a vzťahy antisociálne (niekedy označované ako asociálne) charakterizované ubližovaním a škodením. Podľa úrovne vnútorného prijatia je tiež možné triedenie na vzťahy interiorizované (zvnútornenie) a naopak dištancované a na základe kritéria pozitívneho vplyvu hovoríme o vzťahoch aktivizujúcich (alebo tiež facilitujúcich či projektívnych) a poškodzujúcich (citlivých, obmedzujúcich) (Helus, 2011).

3.2 Interakcia z pohľadu sociológie

V predchádzajúcej kapitole sme zameriavali svoju pozornosť predovšetkým ku vzťahu k subjektu a pochopeniu samotného procesu interakcie. Poďme sa teraz pozrieť na odlišný pohľad, vzťahom k societe. Približujeme a rozpracujeme si tak jedny z najaktuálnejších teórií vychádzajúce z tejto oblasti.

3.2.1 Druhy sociálnych interakcií

Skúsime sa teraz podrobnejšie, pozrieť na Johna Thompsona, jedného z najvýznamnejších teoretikov médií, profesora sociológie v Cambridgi. Svojimi teóriami nám priblíži pohľad na aktuálnu premenu týchto interakcií v našej spoločnosti. Jeho poznámky nás zaujímajú vzhľadom na pochopenie a možné priblíženie sa k zmenenému pohľadu nás zaujímajú vzhľadom na pochopenie a možné priblíženie sa k zmenenému pohľadu na svet (Nový, Surynek, 2002).

„ Pre prevažnú časť dejín ľudstva prebiehala väčšina sociálnej interakcie, ktorej sa ľudia zúčastnili tak, že sa stretávali tvárou v tvár “ (Pružinec a kol., 2009, 127). Ľudia sa stretávali z najrôznejších dôvodov s rovnakým cieľom ako dnes, aby si vymenili vzájomné oznámenia. Predtým však boli fyzicky prítomní vždy na jednom mieste. Tradície bývali najmä orálneho charakteru a ich zachovanie záviselo na ich neustálom odovzdávaní z generácie na generáciu formou rozprávania, teda stretnutím tvárou v tvár. Ako ovplyvnil rýchly rozvoj komunikačných médií tieto tradičné vzorce sociálnej interakcie? Ako máme chápať spoločenský dopad stále silnejúceho šírenia mediálnych prostredníkov, produktov? (Nový, Surynek, 2002).

Pre správne hľadanie odpovede si najprv musíme uvedomiť, že rozvoj nových komunikačných prostriedkov nespočíva v samotnom vzniku týchto sietí, ale vo vzniku ďalších nových foriem jednania a interakcie. Teda aj nových druhov sociálnych väzieb. Sociálna interakcia prestala byť závislá na konkrétnom, fyzickom zdieľaní priestoru, takže je novo možné navzájom komunikovať, bez toho aby sme boli na tom istom mieste v rovnaký čas. Nové formy vzájomného spojenia medzi ľuďmi rozširujú svoje hranice aj možný dosah (v priestore i čase), až v tzv. „jednaniach na diaľku.“ Teda komunikácia, ktoré umožňuje konať za iných. Za tých, ktorí s nami nezdieľa náš súčasný priestor, alebo čas. Prináša nám tiež možnosť reagovať na činy a udalosti, ku ktorým došlo na miestach veľmi vzdialených (Nový, Surynek, 2002).

V nasledujúcom texte sa pokúsime priblížiť tie druhy interakcií, ktoré sa podľa názorov Johna Thompsona vyvinuli postupným používaním masových médií, a ktoré možno teraz rozlišovať v troch základných, od seba odlišných typoch, formách. V interakcii tvárou v tvár, sprostredkovanú interakciu a sprostredkovanú kvaziinterakciu. Hlavným rozdielom je tu odlišné vnímanie času a priestoru. Napríklad ak si účastníci zavolajú z rôznych miest, musia nutne investovať svoju energiu do upresňovania informácií o kontexte, kde sa nachádzajú. Majú rozdielnu skúsenosť, ku ktorej sa dá ťažšie odkazovať. Nemôžu teda predpokladať, že by im druhá strana ľahko porozumela (Helus, 2011).

Po druhé sa líšia v bohatstve registri symbolických prvkov interpretácie. V komunikácii tvárou v tvár môžete k svojmu výkladu doplniť úsmev, úškrn, či nejaké gesto, alebo zmeniť svoju intonáciu. To všetko sú nástroje slúžiace k lepšiemu upresneniu, jednoznačnosti oznámení. Pokiaľ však ide o interakciu sprostredkovanú, mnohokrát s ňou prichádzajú aj obmedzenejšie možnosti využitia zo symbolického spektra kódov. V poslednom rade sa potom

od seba odlišujú tieto tri druhy interakcií „ dialogického “ respektíve „ monologického “ charakteru komunikácie. Buď tu panuje obojsmerný informačne - komunikačný tok, alebo osamotené oznámenie, jednosmerný monológ (Helus, 2011). Pri pohľade na aplikáciu tejto typológie do historického vývoja dochádza k zmene, mení sa totiž poradie najčastejšie využívaného typu interakcie v neprospech interakcie tvárou v tvár. Ľudia stále častejšie získavajú informácie a symbolické obsahy skôr z iných zdrojov než od ľudí, s ktorými priamo prichádzajú do styku vo svojom každodennom živote (Helus, 2011).

Veľkú pozornosť venuje Thompson vo svojej štúdií dôsledkom a povahe tretieho typu, novovzniknutej kategórie, kvaziinterakcié. Pod vplyvom komunikácie v rámci masmédiá dochádza až k potieraniu času a reálneho priestoru. Je preto potrebné, neustále vylad'ovať vzťahy medzi týmito od reality odlišnými kontextami, aby sme ich dokázali naspäť vzťahovať k východiskovému rámcu - časopriestorovému kontextu recepcií, kde žijeme svoj každodenný život. Mimo to počas sprostredkovanej kvaziinterakcie pre jej úplne monologický charakter nedochádza k reflexívnemu sledovaniu reakcií druhých. Na rozdiel od interakcie tvárou v tvár, podávateľ nesleduje to, akým spôsobom príjemca vníma jeho oznámenie. To má na strane podávateľa výhody, pretože na druhého vlastne nemusí brať ohľad. Nachádzame však aj nevýhody vo voľnosti, akú bude venovať komunikácii pozornosť aj vo voľnosti svojich reakcií na prebiehajúcej kvaziinterakcii. Reakcia príjemcov avšak na druhú stranu nemôže ovplyvniť obsah prebiehajúcej kvaziinterakcie (Slaměník, 2008).

Zaujímavé doplnenie k Thomasovým názorom by sme mohli nájsť u jeho kolegov, teoretika Josu Mierowitz. Ten je vo svojej knihe tiež zameraný na problematiku premeny sociálnych interakcií dneška, so svojim osobným zameraním smerujúcim skôr k objasneniu definície a postojov vnímania „ môjho miesta.

3.3 Interpersonálne vzťahy a sociálna psychológia

Nakonečný (1999) vo svojej knihe uvádza, že v sociálnej psychológii ide hlavne o medziľudské (interpersonálne) interakcie, kde sa jedná o interakciu medzi jedincom - jedincom a medzi jedincom - malou skupinou (myslí sa tým zhromaždenia jedincov, ktorí sa vzájomne poznajú, ako napr. v zamestnaní). Pre interpersonálne vzťahy je dôležitý zvlášť odbor psychológie, ktorý skúma individua, a odbor sociológie, ktorý sa zameriava na sociálne celky. Tie majú spoločné východiská vo svojom pôvode, pretože jedinec i ľudská skupina sú produktom spoločenského života.

Pri skúmaní tohto predmetu záujmu sa uplatňuje psychológia, sociológia a kultúrna antropológia (Slaměník, 2008).

Sociálne - psychologické vedecké skúmanie sa vzťahuje aj k určitému kultúrnemu prostrediu, pretože v ňom existujú kultúrne - špecifické sociálne situácie a vyznávajú sa hodnoty, ktoré sa v prežívaní človeka a v jeho správaní uplatňujú. Etická výchova sa snaží o to, aby jedinec vedel žiť v konkrétnom kultúrnem prostredí, osvojil si určité role a podriadil sa žiadaným normám a štandardom danej kultúry (Slaměník, 2008).

Pre spolužitie každého ľudského spoločenstva platia určité pravidlá a morálne kódexy. Sociálna psychológia vychádza zo štruktúrovania ľudskej psychiky, kde psychický vzťah sa považuje za súhrn intrapsychických procesov, na ktoré má vplyv interakcia osobnosti s jej okolím. Sociálna psychológia sa zaujíma o vonkajšie faktory tvoriace sociálnu situáciu, ktorá sa vytvára prítomnosťou indivíduá či indivíduí rovnakého druhu, prípadne ich správaním. Vzájomná reakcia indivíduí sa nazýva sociálna interakcia (niekedy stačí samotná prítomnosť iného indivídua) (Rybecká a kol., 2016).

Vedomie nestimuluje ani nereguluje správanie, ale v ňom sa iba situácia odráža. Psychická regulácia správania je komplexným intrapsychickým fenoménom. Sociálne - psychologické javy tvoria systém rozpracovaný do určitej sústavy empiricky založených konštruktov (Nakonečný, 1999).

4 NUDGING V OBLASTI VÝSKUMU SOCIALIZOVANIA

Vo výskumnej práci sa chystáme overiť či je možné využiť ekonomický koncept postrčenia v inom ako bežne užívanom prostredí a to konkrétne v oblasti výskumu socializovania. Problém, ktorému sa budeme venovať sa týka nadväzovania nových kontaktov a sociálnej interakcie vo verejnom prostredí. Účelom navrhovaného experimentu je použitie poznatkov behaviorálnej ekonómie o ovplyvnení výberu medzi súborom možností takým spôsobom aby daný dizajn zjednodušil ale zároveň aj stimuloval sociálnu interakciu. V teoretickej časti práce sme si zanalyzovali jednotlivé typy „postrčenia“. V našom konkrétnom výskumu pôjde o nevedomé postrčenie.

4.1 Cieľ práce

Cieľom práce je potvrdenie hypotézy že nudging skutočne môže byť využitý v prospech sociálnej interakcie a ľudia majú záujem o spoznávanie sa a nadväzovanie nových vzťahov ale často im chýba práve vhodné postrčenie – nudge. Cieľom práce je overenie toho či ekonomický koncept postrčenia ktorý funguje v iných sférach navigácie ľudského chovania, bude fungovať aj pri zasadení do prostredia zoznamovania a vytváraní nových väzieb medzi ľuďmi.

Výskumný problém v našej práci možno definovať nasledovne: Ako možno zvýšiť frekvenciu sociálneho kontaktu medzi cudzincami vo verejnom priestore?

Vytvoreniu silných sociálnych väzieb nevyhnutne predchádza prvotný kontakt (ďalej interakcia) medzi ľuďmi ktorý sa nepoznajú. Prvotná interakcia je nevyhnutným predpokladom pre vytvorenie bližších väzieb medzi jedincami, ktorých nespája žiadna iná väzba (napr. príbuzenstvo). Vyvolanie a zvýšenie frekvencie interakcie medzi ľuďmi ktorý sa nepoznajú je ambíciou tohoto experimentu.

Hlavná výskumná otázka znie: Je možné využiť nudging na zvýšenie frekvencie sociálneho kontaktu vo verejnom priestore? Doplnková otázka: Majú ľudia záujem nadväzovať nové kontakty?

Hypotézy:

H₀ - Použitím postrčenia sa frekvencia sociálnej interakcie nezvýši.

H₁ - Použitím postrčenia sa frekvencia sociálnej interakcie zvýši.

Na základe pozitívnych výsledkov v uplatnení teórie postrčenia v iných oblastiach predpokladáme, že pri použití vhodného dizajnu v danom prostredí (viz. prostredie výskumu) sa frekvencia sociálnej interakcie znateľne zvýši, nakoľko dizajn použitý pri experimente zjednoduší a ujasní voľbu účastníkov.

4.2 Metodika práce

Postrčenie sa využíva v rôznych formách usmernenia voľby najmä v privátnom sektore, v posledných rokoch sa však postrčenia využívajú aj vo verejnom sektore. Škála využitia postrčenia je veľmi široká a často nenákladná čo je dôvodom prečo po ňom siahajú vlády ako Nórsko, USA či Veľká Británia. V našom prípade sa budeme snažiť prevziať funkčné prvky postrčenia pre zvýšenie frekvencie sociálnej interakcie.

Druhým pilierom výskumného problému je socializovanie, konkrétne sociálna interakcia medzi jedincami ktorý sa nepoznajú. Motiváciou pre zvýšenie sociálnej interakcie sú výsledky meta-analýzy nazvanej Social Relationships and Mortality Risk, ktorá analyzovala výsledky 148 štúdií skúmajúcich prepojenie medzi vzťahmi a zdravotným stavom.

„Dáta zbierané v priemere 7,5 roka medzi 308 849 jedincami naznačujú že jedinci s adekvátnymi sociálnymi vzťahmi majú o 50 % väčšiu šancu na prežitie ako tí so zlými alebo nedostatočnými vzťahmi. Rozsah tohto efektu je porovnateľný s tým keď človek prestane fajčiť a dokonca presahuje dobre známe rizikové faktory úmrtnosti (napríklad obezitu, fyzickú nečinnosť).“ (Holt-Lunstad et al. 2010, s. 14).

Experiment sme zvolili ako najvhodnejšiu výskumnú metódu na základe formulácie hlavnej výskumnej otázky. Predpokladáme že experiment najlepšie overí kauzálny vzťah medzi postrčením a sociálnou interakciou. V experimente sa chytáme nájsť odpoveď na výskumnú otázku a potvrdiť alebo vyvrátiť hypotézu o tom, že je možné na základe vhodného postrčenia zvýšiť frekvenciu sociálnej interakcie.

4.2.1 Výskumné prostredie

Kritériá výberu prostredia:

Nakoľko sa nejedná o laboratórny výskum je potrebné zvoliť vhodné prostredie pre realizáciu experimentu. Najdôležitejšie kritérium pre výber prostredia výskumu bol použitý dizajn postrčenia (viz dizajn experimentu) ktorý predpokladá prítomnosť stolov pre umiestnenie výskumných pomôcok. Ďalším nie menej dôležitým kritériom pre výber prostredia bol dostatok ľudí, ktorý sa nepoznajú a istá fluktácia v ich zložení a počte. Prostredie by tiež malo podnecovať dlhšie zotrvanie kvôli predpokladanému účinku postrčenia a následnému kontaktu.

Prostredie výskumu – Kaviareň

Z vybraného výskumného prostredia implicitne vyplýva aj výber vzorky. V našom prípade sa jedná o zákazníkov jednej kaviarenskej prevádzky. Presnejšie o tých zákazníkov kaviarne, ktorý sa usadia za stôl a budú vystavený postrčeniu, tí sú považovaní sa probandov nakoľko zákazníci, ktorý si kávu berú so sebou resp. nesadnú si za stôl nie sú vystavený účinku experimentálnych pomôcok. Reakcia na postrčenie môže ovplyvniť ako jednotlivca tak aj skupinu viacerých ľudí, ich pomer a reakcie sa môžu významne odlišovať preto ich experimentátor zaznamenáva osobitne. Každé z troch pozorovaní si dáva za cieľ nazbierať dáta v množstve 50 vystavení postrčeniu tzn. 50 obsadených stolov počas jedného pozorovania.

4.2.2 Postup pri spracovaní dát

Vzhľadom na použitie výskumnej metódy bude na zber dát slúžiť štrukturované nezúčastnené pozorovanie. Experimentátor bude zaznamenávať chovanie subjektov v 2 častiach - signalizáciu záujmu o kontakt vo fáze A, kladnú reakciu vo fáze B a zároveň kategorizovať aké pohlavie signál a interakciu uskutočnilo a či sa jednalo o skupiny alebo jednotlivcov.

Vychádzame z etogramu, teda zoznamu elementov správania, ktoré je možné pozorovať. Etogram opisuje správanie, priestorové vzťahy a ich zmeny. Vychádza z toho, že správanie je z časti podmienené geneticky, z časti je ovplyvnené skúsenosťami jedinca.

Nižšie uvádzame vytvorený etogram použitý pri zbere dát:

S (M/Z/S) – signalizácia, muž/žena/skupina vysiela signál

I (M/Z/S) – interakcia muž/žena/skupina reaguje na signál(vyvolaná signalizáciou)

IX– interakcia nesúvisiaca s postrčením

X – nezaraditeľná udalosť + poznámka

Pre zaistenie čo najväčšej reliability a validity experimentu sa pozorovanie uskutočnilo v rovnakom čase, celkom tri-krát a to bez prítomnosti experimentálnych pomôcok, za prítomnosti pomôcok bez postrčenia a do tretice s použitím pomôcok obsahujúcich postrčenie.

Výsledné údaje sú porovnávané v počte reakcií v jednotlivých fázach čím sa zisťuje úspešnosť využitia postrčenia na zvýšenie frekvencie sociálneho kontaktu. Výsledné dáta sú zobrazené pomocou kontingenčnej tabuľky, ich vzájomný vzťah a jeho významnosť vyhodnocujem Testom dobrej zhody (Pearsov chí-kvadrát test) a porovnávame s hladinou významnosti 5 %.

4.3 Príprava experimentu

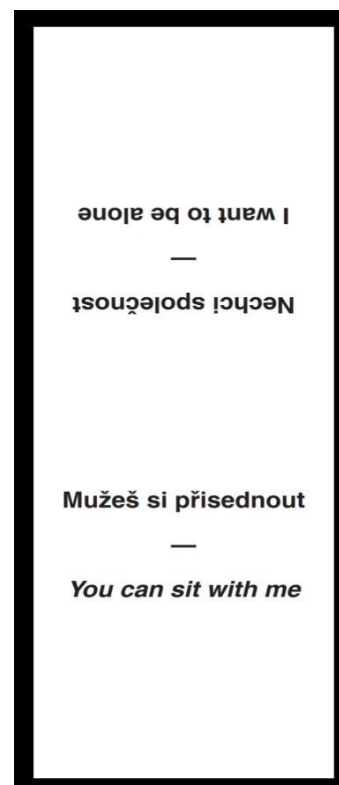
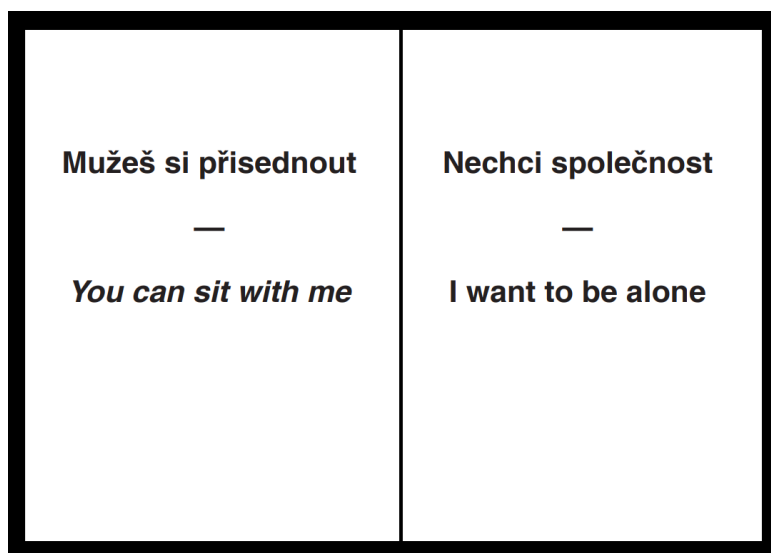
Pomôcky:

1- Navigačná tabuľa – Vysvetľuje význam signálov pre probanda Y. Je umiestnená na viditeľnom mieste v dostatočnej veľkosti. Tabuľa je vertikálne rozdelená na 2 rovnaké časti z ktorých každá vysvetľuje význam signálu použitého signalizátorom

2- Signalizátor – Táto pomôcka je umiestnená na stole a slúži k vyjadreniu záujmu alebo nezáujmu o sociálnu interakciu zo strany probanda X (ktorý sedí pri stole). Proband X zvolí jednu z možností a natočí signalizátor tak aby signalizoval jeho voľbu probandovi Y.

Každá z pomôcok má 2 verzie. V prvej verzii pomôcky obsahujú len čierny text vytlačený na bielom podklade. V druhej verzii je prítomné postrčenie nakoľko obe pomôcky obsahujú okrem textu aj farebné rozlíšenie pozitívnej a negatívnej voľby zelenou a červenou farbou. Okrem toho sú doplnené aj šťastným a nešťastným emotikonom.

Obrázok 1 Pomôcky k výskumu



Zdroj: vlastné spracovanie

4.4 Realizácia experimentu

Celkovo sa uskutočnili 3 pozorovania. Pri prvom pozorovaní neboli vo výskumnom prostredí prítomné žiadne pomôcky a experimentátor sledoval frekvenciu interakcií bez úpravy prostredia. Pri druhom pozorovaní boli v prostredí prítomné obe pomôcky v čiernobielej verzii bez prítomnosti postrčenia. Počas tretieho pozorovania boli pomôcky doplnené o farbu a emotikon čím sa hypoteticky mala frekvencia sociálnej interakcie zvýšiť.

Experimentátor rozmiestni vo výskumnom prostredí pomôcky č. 1 a 2. Sám tiež zostáva v prostredí kaviarne za účelom pozorovania.

Fáza A

Proband X ktorý sa usadí za stôl príde do kontaktu s pomôckou č. 2 ktorú má následne možnosť použiť k iniciácii kontaktu s ostatnými návštevníkmi kaviarne alebo vyjadriť svoju nevôľu k ďalšej interakcii.

Fáza B

Ak proband X použije pomôcku číslo č. 2 k vyjadreniu záujmu o sociálnu interakciu nastáva fáza B v ktorej môže a nemusí proband Y reagovať na postrčenie zo strany probanda X.

4.5 Výsledky výskumu

Pozorovanie 0 bez prítomnosti experimentálnych pomôcok prinieslo očakávané výsledky, neprebehla žiadna sociálna interakcia medzi cudzincami ani žiadna akcia ktorá by naznačovala záujem o spoznávanie nových ľudí ako prisadnutie si k neznámemu, spontánna konverzácia a podobne. Pri pozorovaniach 1 a 2 nenastala *Fáza B* teda nedošlo k anticipovanej sociálnej interakcii. Porovnanie pozorovaní 1 a 2 vo *Fáze A* tiež nenaznačuje že by použité postrčenie malo výrazný vplyv na ovplyvnenie probandov v rozhodnutí či majú záujem o spoločnosť alebo nie. Experiment nepotvrdil H_1 .

Tabuľka 1 Pozorovanie 1 a 2

Pozorovania	P 1.	P 2.	Celkom
Chcem spoločnosť	19	19	38
Nechcem spoločnosť	25	21	46
Ignorácia	6	10	16
subjektov celkom	50	50	100

p = 0,510

p > 0,05

Zdroj: vlastné spracovanie

Ak sa zameriame na *Fázu A*, a porovnáme pozorovanie P 0 v ktorom neboli prítomné experimentálne pomôcky a nedošlo ani len k náznaku záujmu o sociálnu interakciu s P1 a P2 vidíme že prostredníctvom použitých nástrojov bolo pre probandov možné vyjadriť svoje preferencie. Vyjadrené preferencie (P1 a P2) naznačujú že až 38 % probandov má záujem o nadviazanie nových kontaktov.

Tabuľka 2 Pozorovanie pozorovaní bez a s experimentálnymi pomôckami

Pozorovania	P 0	P 1 + 2	Celkom
Chcem spoločnosť	0	38	38
Nechcem spoločnosť	50	46	96
Ignorácia	0	16	16
Subjektov celkom	50	100	150

p = 0,000

p < 0,05

Zdroj: vlastné spracovanie

4.5.1 Hodnotenie kvality

Najväčší problém vidíme v ťažkosti zberu dát nakoľko experimentátor musí zaznamenávať viacero súbežne sa odohrávajúcich akcií čo môže mať neblahý vplyv na reliabilitu experimentu. Ťažkosti mohli byť spôsobené aj schopnosťou experimentátora správne interpretovať konanie probandov vo vzťahu k experimentálnym pomôckam ako aj k ostatným návštevníkom kaviarne. Experimentálne pozorovania sa uskutočnili v malom časovom rozmedzí, bez možnosti probandov na zvyknutie si na experimentálne pomôcky a ich použitie. Problematickým sa javí aj použitie pomôcok vo vzťahu k validite výskumu, pretože probandi nemusia ich účel pochopiť prípadne si ho zameniť so speed datingom alebo pomôcky úplne odignorovať.

4.5.2 Etické otázky

Výskumník by si mal zachovať objektívny náhľad. Ak odhalí informácie, ktoré sú v rozpore s jeho pôvodnými predstavami, ba im odporujú, nesmie podľahnúť pokušeniu takéto údaje upravovať, zámerne zmeniť, selektovať, alebo dokonca vymýšľať. Je to jedno z najväznejších zlyhaní výskumníka ako vedca i ako osobnosti.

„Objavili sa názory že spôsob akým postrčenia fungujú (...) nezachováva slobodu voľby pretože zvolené chovanie je prednostne ovplyvnené bez vedomia jednotlivca“ (Lin, 2017)

Experiment vychádza z paternalistického hľadiska a jeho kroky vychádzajú z jeho ideologického základu. Použitie postrčenia so sebou každopádne nesie isté etické napätie pretože výskumník môže neúmyselne manipulovať a nie postrkovať. Zachovanie všetkých dostupných možností voľby toto riziko znižuje. Experiment nepracoval s dôvernými osobnými informáciami ktoré by mohli byť predmetom zneužitia, konal sa vo verejnom priestore – kaviarni ktorej boli návštevníci po vstupe vystavený dizajnu experimentu ktorý sa dal ľahko odignorovať.

ZÁVER

Výskumný problém v mojej práci možno definovať nasledovne: Ako zvýšiť frekvenciu sociálneho kontaktu medzi cudzincami vo verejnom priestore? Hlavná výskumná otázka znela: Je možné využiť postrčenie na zvýšenie frekvencie sociálneho kontaktu vo verejnom priestore? Doplnková otázka: Majú ľudia záujem nadväzovať nové kontakty?

Kládli sme si túto výskumnú otázku za účelom overenia toho či ekonomický koncept nudgingu, ktorý funguje v iných sférach navigácie ľudského chovania, bude fungovať aj pri zasadení do prostredia zoznamovania a vytváraní nových väzieb medzi ľuďmi. Vo výskumnej práci sme teda overili či je možné využiť ekonomický koncept „postrčenia“ v inom ako bežne užívanom prostredí a to konkrétne v oblasti nadväzovania nových vzťahov. Ako najvhodnejšiu výskumnú metódu na základe formulácie hlavnej výskumnej otázky sme zvolili experiment ktorý nepotvrdil hypotézu o využiteľnosti postrčenia v danej oblasti. Nudging ako taký disponuje širokou paletou nástrojov a dizajnov ktoré sú schopné postrčiť jedincov istým smerom, neúspech nášho experimentu nevyhnutne neznamena že by sme mali zavrhnúť využitie tohto konceptu k zlepšeniu nadväzovania vzťahov, naopak môže slúžiť ako motivácia pre priekopníkov nazerajúc na vec podobným smerom. Prínosom tejto práce a vykonaného experimentu je aj zistenie že signifikantná časť probandov (38 %) podrobených experimentu vyjadrilo záujem o spoznávanie nových ľudí a nadväzovanie kontaktov s cudzincami po tom čo im boli poskytnuté nástroje k vyjadreniu tejto túžby. Politika postrčenia nie je bez kontroverzií a problémov, stále sa učíme ako tento koncept správne uchopiť a vhodne využiť v rôznych sférach od marketinogových stratégií obchodníkov až po darcovstvo orgánov. Veríme že aj napriek neúspechu nášho experimentu táto práca ukázala nový rozmer a rozšírila obzor pre využite nudgingu v prospech jedincov ako aj celej spoločnosti.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

AKO ĽUDÍ NENÁPADNE POSTRČIŤ, ABY ROBILI SPRÁVNE VECI? POMÔŽE NUDGE. [online] [cit.2018-09-23] Dostupné na internete: <https://ciernalabut.sk/5062/ako-ludi-nenapadne-postrcit-aby-robili-spravne-veci-pomoze-nudge/>

ALBARRACÍN, D. et al. 2005. *Attitudes: Introduction and scope. The handbook of attitudes*. 2005. 3-19.

ANGNER, E. 2012. *A course in behavioral economics*. New York : Palgrave Macmillan, 2012. ISBN: 978-0-230-30454-3.

BARGH, J. A. 1994. *The Four Horsemen of Automaticity: Awareness, Intention, Efficiency, and Control in Social Cognition*. New York : R. Wyer & T. Srull. 1994. ISBN neuvedené.

BURIÁNEK, J. 2008. *Sociologie: uvedení do základů sociologie pro gymnázia, vyšší odborné školy a neoborové vysokoškolské studium*. Praha : Fortuna, 2008. 144 s. ISBN 978-80-7373-028-4

CAMERER, C. – LOEWENSTEIN, G. 2004. *Advances in behavioral economics*. Princeton, N.J. : Princeton University Press, 2004. ISBN: 9780691116822.

CAN NUDGE THEORY BE APPLIED TO PUBLIC HEALTH? [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <https://thedeclarationlab.com/nudge-theory-public-health/>

COOPER, G. 2014. *Money, blood and revolution: how Darwin and the doctor of King Charles I could turn economics into a science*. Petersfield, Hampshire : Harriman House, 2014. ISBN 978-085-7193-827

DE JONGE, J. 2012. *Rethinking rational choice theory: a companion on rational and moral action*. New York : Palgrave Macmillan, 2012. ISBN: 978-0-230-27715-1.

GIDDENS, A. 2013. *Sociologie*. Praha : Argo, 2013. 1049 s. ISBN 978-80-257-0807-1.

HOFMANN, W. - FISHBACH, A. 2015. Nudging Self-Control: A Smartphone Intervention of Temptation Anticipation and Goal Resolution Improves Everyday Goal Progress. In *Motivation Science*. 2015, vol. 1, no. 3, p. 137–150.

HOLT - LUNSTAD, J. – SMITH, T. 2010. Social Relationships and Mortality Risk: A Meta-analytic Review. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: doi:10.1371/journal.pmed.1000316

HELUS, Z. 2011. *Úvod do psychologie*. Praha : Grada publishing, 2011. 317 s. ISBN 9788024730370

HELUS, Z. 2015. *Sociální psychologie pro pedagogy*. Praha : Grada publishing, 2015. ISBN 978-80-247-4674-6.

HERBERT, A. – SIMON, A. 1955. Behavioral Model of Rational Choice. In *The Quarterly Journal of Economics*, 1955, vol. 69, no. 1. p. 99-118.

JELEŇOVÁ, I. 2017. *Interkultúrne interakcie a migrácia*. Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2017. 106 s. ISBN 9788081525551

JOHNSON, E. - GOLDSTEIN, D. 2003. Do Defaults Save Lives?. In *Science*. 2003, vol. 302, no. 5, p. 1338-1339.

JOHNSON, E.J. 2012. *Beyond nudges: Tools of a choice architecture*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: http://www.dangoldstein.com/papers/Johnson_etal_beyond_nudges_tools_ML2012.pdf

KAHNEMAN, D. TVERSKY, A. 1979. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. In *Econometrica*. 1979, vol. 47. no. 10. p. 263 – 291. ISSN: 1468-0262.

KAHNEMAN, D. *Myšlení - rychlé a pomalé*. Brno : Jan Melvil, 2012. 542 s. ISBN 978-808-7270-424.

KELLER, J. 2004. *Úvod do sociologie*. 5. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 2004. 204 s. ISBN 80-86429-39-3.

KOŤA, J. 2013. *Sociální psychologie: vybrané kapitoly*. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013, 176 s. ISBN 978-80-7452-029-7.

KOŽÁTKOVÁ, S. 2000. Kompetence dítěte předškolního věku. In *Pedagogika*, 2000, roč. 9, č. 1. ISSN 0031-3815.

LEVINE, D. K. 2012. *Is Behavioral Economics Doomed? The Ordinary versus the Extraordinary*. Cambridge : Open Book Publishers, 2012. ISBN: 9781906924928.

LIN, Y. – OSMAN, M. - ASHCROFT, R. 2017. *Nudge: Concept, Effectiveness, and Ethics. Basic and Applied Social Psychology* [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: doi:10.1080/01973533.2017.1356304

MILL, J. S. 2001. *On Liberty*. Kitchener : Batoche Books Limited, 2001. 109 p. ISBN neuvedené.

MOŽNÝ, I. 1999. *Sociologie rodiny*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1999. 251 s. ISBN 80-85850-75-3.

MOŽNÝ, I. 2006. *Rodina a společnost*. Praha : Sociologické nakladatelství, 2006. 311 s. ISBN 80-86429-58-x.

NAKONEČNÝ, M. 1999. *Sociální psychologie*. Praha : Academia, 1999. 287 s. ISBN neuvedené

NAKONEČNÝ, M. 1997. *Psychologie osobnosti*. Praha : Academia, 1997. 336 s. ISBN 8020006281

NOVÝ I. – SURYNEK, A. 2002. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. Praha : Grada, 2002. 192 s. ISBN 802470384x

ONDREJKOVIČ, P. 2004. *Socializácia v sociológii výchovy*. Bratislava : Veda, 2004. 197 s. ISBN: 978-80-224-0781-X

PATERNALISM - NEW WORLD ENCYCLOPEDIA. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Paternalism>

PERZSKY, J. 1995. Retrospectives: The ethology of Homo Economicus. In *The Journal of Economic Perspectives*. 1995, vol. 9, no. 2. p. 221-231.

PETRUSEK, M. 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha : Karolinum, 1996. 1627 s. ISBN 80-7184-311-3.

PROVAZNÍK, V. 1997. *Psychologie pro ekonomy*. Praha : Grada, 1997. 232 s. ISBN 8071694347.

PRUŽINEC, T. A KOL. 2009. *Stručný přehľad sociológie*. Bratislava : Enigma, 2009. 313 s. ISBN 9788089132591

RAWLS, J. 1971. *A Theory of Justice*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1971. ISBN: 9780674000780.

REEVES, R. 2005. *Even in a truly liberal society, paternalism must sometimes prevail*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <https://www.newstatesman.com/node/161192>

REICHEL, J. 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha : Grada, 2009. 184 s. ISBN: 978-80-247-3006-6

RYBECKÁ, I. A KOL. 2016. *Kniha sociologie*. Praha : Universum, 2016. 352 s. ISBN 9788024253954

SAMSON, A. 2014. *The Behavioral Economics Guide 2014 (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland)*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <http://www.behavioraleconomics.com>.

SCHULTZ, W. 2007. *The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <https://www.jsmf.org/meetings/2008/july/social%20norms%20Cialdini.pdf>

SIMON, H. A. 1982. *Models of bounded rationality*. Cambridge, Mass. : MIT Press, 1982. ISBN 02-621-9372-8.

SLAMĚNÍK, I. 2008. *Sociální psychologie*. Praha : Grada, 2008. 404 s. ISBN 8024714288

SOKOL, J. 1998. *Malá filosofie člověka. Slovník filosofických pojmů*. Praha : Vyšehrad, 1998. ISBN 80-7226-828-7

SUNSET, C. – THALER, R. H. 2003. Libertarian Paternalism Is Not an Oxymoron. In *The University of Chicago Law Review*. 2003, vol. 70, no. 4, p. 1159-1202.

SUNSTEIN, C. R. 2016. *Do People Like Nudges? Administrative Law Review*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <https://dash.harvard.edu/handle/1/16147874>

THALER, R. - BENARTZI, S. 2004. Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. In *Journal of Political Economy*. 2004, vol. 112, no. 1, p. 2.

THALER, R. H. – BALZ, J. 2010. *Choice Architecture*. [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1583509

THALER, R. H. – SUNSTEIN, C. 2010. *Nudge (šťouch): jak postrčit lidi k lepšímu rozhodování o zdraví, majetku a štěstí*. Zlín : Kniha Zlín, 2010. ISBN 978-80-87162-66-8.

THALER, R. H. 2017. *Neočekávané chování: příběh behaviorální ekonomie*. Praha : Argo, 2017. ISBN 978-80-257-2121-6.

TOMKO, L. *Stroopov efekt*. Bratislava : Univerzita Komenského, Katedra psychológie Filozofickej fakulty, seminárna práca. 2000.

TVERSKY, A. – KAHNEMAN, D. 1986. Rational Choice and the Framing of Decisions. In *The Journal of Business*. 1986, vol. 59, no. 4, p. 251-278

TSUJII, T. 2009. *Neural correlates of dual-task effect on belief-bias syllogistic reasoning: a near-infrared spectroscopy study*. London : Brain Research. 2009. ISBN neuvedené.

WHITE, V. – WEBSTER, B. – WAKEFIELD, M. 2008. *Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours?* [online] [cit.2018-09-21] Dostupné na internete: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18783508>