

UNIVERZALNI MODEL PROCESA KOT ORODJE V ANTROPOLOGIJI DIGITALIZACIJE: NOV POGLED NA GENERACIJE X, Y, Z

ŠPELA TERTINEK & DRAGO BOKAL

Univerza v Mariboru, Fakulteta za naravoslovje in matematiko, Maribor, Slovenija,
e-pošta: spela.tertinek@student.um.si, drago.bokal@um.si.

Povzetek Univerzalni model procesa je skupni imenovalec med družbo in posamezniki ter njihovim razumevanjem sveta. V prispevku prilagodimo univerzalni model procesa antropološkim vsebinam in predstavimo primere uporabe, ki temeljijo na antropološki literaturi. Uvedemo koncept mislečega subjekta, ki predstavlja antropološko specializacijo univerzalnega modela procesa in mu prilagodimo opredelitve posameznih prostorov in operatorjev univerzalnega modela. Tako prilagojen model predstavlja podlago za sociološke raziskave vpliva prevladujočih digitalnih orodij na odločanje posameznikov in skupnosti. Z novim orodjem predlagamo uvedbo nove smeri raziskav: antropologijo digitalizacije. Antropološka vprašanja te smeri se pojavljajo v podjetjih, ki uvajajo digitalno transformacijo, splošna družbena odprta vprašanja te smeri raziskav pa zadevajo vprašanja sodobne delitve na generacije preddigitalne dobe in digitalne generacije X, Y in Z.

Ključne besede:

univerzalni
model
procesa,
antropologija
digitalizacije.

UNIVERSAL PROCESS MODEL AS A TOOL IN ANTHROPOLOGY OF DIGITALIZATION: A NEW LOOK AT GENERATIONS X, Y, Z

ŠPELA TERTINEK & DRAGO BOKAL

Univerza v Mariboru, Fakulteta za naravoslovje in matematiko, Maribor,
Slovenija,
e-pošta: spela.tertinek@student.um.si, drago.bokal@um.si.

Abstract The universal process model is the common denominator between a society and an individual and their understanding of the world. In this paper, we adapt the universal process model for the anthropological content, and we demonstrate the use cases, which are based on the anthropological literature. We introduce the concept of a thinking subject, which represents the anthropological specialization of the universal process model, and we adapt it with the definition of measurable spaces and operators of the universal model. Such adjusted model is the basis for sociological research into the effect that the prevailing digital tools have on the decision making of the individual and society. With the new tool we propose the introduction of a new research topic: Anthropology of digitalization. Anthropological questions regarding this topic are posed in companies, which are introducing the digital transformation, but the general open societal questions on this topic are concerning the issue of the division of modern society on the generations of predigital era and the digital generations X, Y and Z.

Keywords:
universal
process
model,
anthropology of
digitalization.

1 Uvod

Digitalizacija z vse večjim razvojem tehnologije vpliva na vsa področja človeškega življenja. Vpliva na način, kako posamezniki komunicirajo, se učijo in razmišljajo. Poleg tega z dostopom do interneta odpira vrata do velikega spektra informacij. To pomeni tudi štiriindvajset urni dostop do vseh digitalnih orodij, ki lahko vplivajo na odločanje posameznikov in skupnosti.

V članku najprej predstavimo univerzalni model procesa, ki ga prilagodimo antropološkim in sociološkim vsebinam ter ga opišemo na primeru. V nadaljevanju opredelimo nabor socioloških raziskav s področja procesov odločanja v družbenih kontekstih in orišemo različne perspektive in dejavnike vpliva na procese odločanja. Na koncu pa podamo še primer preučevanja odločanja generacije Y, ki odpira nadaljnja vprašanja v smeri antropologije digitalizacije.

1.1 Definicija univerzalnega modela procesa

Univerzalni model procesa, katerega razvoj se je začel s konferenčnim člankom (Fic Žagar in Bokal, 2019), posplošuje modele odločitvenih procesov iz teorije umetne inteligence (Hoffman et. al, 2015). V tem razdelku ga najprej abstraktno opišemo, nato pa ga prilagodimo sociološkim raziskavam in predstavimo primere uporabe, ki temeljijo na sociološki literaturi. S tem odpremo pot do povezave med kvalitativnimi sociološkimi raziskavami in njihovim kvantitativnim modeliranjem.

Univerzalni model procesa, kot ga vidimo na sliki 1 za izhodišče vzame stanje sveta, prostor vseh možnih stanj agentov, torej celotno realnost, ki obstaja okoli nas ne glede na naš odnos do njih. Proces se osredotoči na določen vidik realnosti o katerem lahko pridobiva znanja in koncepte. S temi koncepti proces zaznava stanje sveta in si ustvari sliko sveta. Model tako ločuje med dejanskim stanjem sveta in njegovo podobo, na podlagi katere se v procesu sprejemajo odločitve. Te odločitve modelirajo izbiranje med vsemi možnimi aktivnostmi v danem kontekstu. Z izbrano aktivnostjo ob njeni izvedbi proces vpliva na stanje sveta in spremeni dejanskost, kar zaključi agentov cikel osredotočanja – zaznavanja – odločanja – izvajanja. Agent se v tem procesu odloča na način, da maksimira

koristnost stanja sveta, v katerega predvideva, da bodo pripeljale aktivnosti, ki jih izbira. Pri vrednotenju aktivnosti mu pomaga operator vrednotenja koristnosti posledic izbrane aktivnosti na stanje sveta.

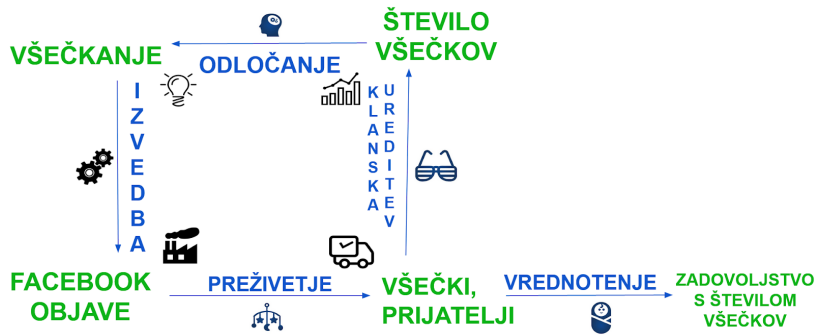


Slika 1: Univerzalni model procesa, abstraktno.

Vir: svoj

2 Univerzalni model procesa kot most med antropologijo in teorijo umetne inteligence

V tem razdelku prilagodimo abstraktni univerzalni model procesa, ki smo ga opisali v prejšnjem poglavju za antropološko uporabo. Uporabimo ga na primeru uporabnika Facebook-a, kot mislečega subjekta in ga opišemo skozi sociološko in antropološko terminologijo, kar je prikazano na sliki 2. Misleči subjekt v tem pogledu je lahko vsak posameznik, družba in veda, ki izvaja cikle v univerzalnem modelu procesa. Univerzalni model procesa je v tem pogledu torej skupni imenovalac med družbo in posamezniki ter njihovem razumevanju sveta. Posamezniki v procesu so vsa človeška bitja, družbe vse skupnosti posameznikov in vede (npr. sociologija, antropologija in psihologija) kot nosilci procesov razvoja znanja in uporabe znanja.



Slika 2: Univerzalni model procesa, primer.

Vir: svoj

Misleči subjekt je ključni del univerzalnega modela procesa. Je del realnosti, ki jo zaznava, prepoznava in jo spreminja in je nadkoncept človeškim bitjem, družbam in vedam, ki vsak na svoj način mislijo o skupni realnosti in konceptih skozi realnost in čas. V nadaljevanju abstraktno, v kontekstu družboslovnih ved, opredelimo posamezne prostore in operatorje univerzalnega modela procesa. Ob tem pa vse skupaj ponazarjamo na primeru konkretnega mislečega subjekta, uporabnika Facebook-a.

Stanje sveta je celotna realnost okoli mislečega subjekta, ki je skupna vsem mislečim subjektom. Je to, kar dejansko obstaja, ne glede na mišljenje posameznih subjektov. So posamezniki, ki se med sabo združujejo v skupnosti in družbe. Misleči subjekt je sam del te realnosti, ki jo zaznava, prepoznava in spreminja s svojimi odločitvami. Realnost oziroma stanje sveta uporabnika Facebook-a je Facebook kot celota, z vsemi objavami in vsemi ostalimi uporabniki, ki imajo svoj račun.

Osredotočenje je dejanje, s katerim se misleči subjekt opredeli za ozek vidik realnosti sveta. Ker je misleči subjekt del objektivne realnosti, ji je podrejen in je ne more zaznavati v celoti. Posledično svojo pozornost nameni le ozkemu vidiku realnosti, ob tem pa kreira svoje koncepte idej, ki jih nato uporablja za odločanje in spreminjanje sveta. Uporabnik Facebook-a je prav tako omejen v svojem zaznavanju, saj mu je dostopen le del celotnega portala, osredotočen na vsebino ostalih uporabnikom, ki jim sledi.

Koncepti predstavljajo konceptualni aparat, na katerega se misleči subjekt osredotoča in nanj reagira. Predstavljajo omejeno različico realnosti, na katero se misleči subjekt osredotoča. Koncepte iz objektivne realnosti misleči subjekt ponotranji skozi lastne procese, ki v realnosti preverja subjektove bolj ali manj abstraktne koncepte, s katerimi razmišlja. Koncepti uporabnika Facebook-a zajemajo vse objave, všečke, komentarje, prijatelje in ostale storitve, ki jih to družabno omrežje ponuja.

Zaznavanje je operator, ki konceptom pripiše lastnosti in mislečim subjektom vzpostavi sliko realnosti z opisom stanja primerkov konceptov, ki jih misleči subjekt zaznava. Če prostor konceptov opiše strukturo realnosti, iz česa je le-ta po razumevanju mislečega subjekta zgrajena, pa slika sveta opiše stanje sveta v izbranem trenutku, kakšne so lastnosti posameznih primerkov konceptov, ki jih misleči subjekt zaznava, in odnosov med njimi. To razumevanje stanja sveta je podlaga za odločitve mislečega subjekta, na podlagi katerih bo izbral naslednjo aktivnost. V primeru uporabnika Facebook-a je to zaznavanje všečkov, komentarjev in novic prijateljev, ki so mu dostopni in si jih želi ogledati.

Misleči subjekt se v časovno-prostorski dimenziji znajde v konkretnih situacijah, ob čemer si o pojavih iz sveta ustvarja predstave, lastne slike sveta. Slika sveta je sestavljena iz vseh primerkov konceptov, ki si jih misleči subjekt zaznava realnem svetu in zaznav lastnosti teh konceptov. V primeru uporabnika Facebook-a stanje sveta zajema vse vidika družabnega omrežja, ki jih zazna. To je na primer število všečkov, ki jih prejme na objavi, število prijateljev in sledilcev, ki jih ima uporabnik ali pa novice, ki so objavljene na njegovi časovnici.

Odločanje je izbiranje med aktivnostmi, ki jih v danem stanju sveta lahko izvedemo. Ob zaznavi konkretne situacije misleči agent nagonsko ali pa razmišljujoče sprejema odločitve. Odločanje uporabnika Facebook-a temelji na prejetih informacij iz stanja sveta (števila prejetih všečkov, zanimivosti objav itd.), ki so ključen del njegovega odločanja.

Možne aktivnosti so prostor, ki opisuje možen vpliv posameznika na spreminjanje stanj sveta. Predstavlja vse možne korake, s katerimi misleči subjekt lahko deluje, spreminja dejanskost. Z aktivnostmi misleči subjekt prenese odločitve v realnost in jih aktualizira, ob tem pa spreminja svet okoli sebe. V

primeru uporabnika Facebook-a so v tem prostoru vse aktivnosti, ki mu jih omogoča družbeno omrežje in temelji na zaznani realnosti. Lahko se na primer odloči spremljati le določene objave, všečka le vsebine, ki so mu bile zanimive ali pa objavi veliko fotografij, saj si želi še več všečkov.

Izvedba izbrane aktivnosti spremeni stanje sveta. Misleči subjekt spremlja spremembo že med njeno izvedbo, kar sproži nov cikel v njegovem procesu osredotočanja, zaznavanja, odločanja in implementacije naslednje aktivnosti. V primeru uporabnika Facebook-a ta izvede določene aktivnosti, na primer všečka objavo. To spremeni osnovno stanje sveta, časovnico uporabnika in sproži nov cikel odločanja.

Vrednotenje vodi mislečega subjekta pri odločanju, izbiranju med aktivnostmi. Tekom vrednotenja upošteva koristnost posledic sprememb stanja sveta, do katerih vodijo posamezne odločitve. Uporabnik Facebook-a presodi, ali mu je všečkanje določene objave prineslo dovolj novih zanimiv vsebin ali pa ovrednoti, če mu je objava fotografije zagotovila dovoljšnje število všečkov. Tako vrednotenje skozi proces učenja pripomore k ponavljanju ali spremembi aktivnosti v bodočih podobnih okoliščinah.

Koristnost je mera doseganja ciljev mislečega subjekta, ki se kaže v kakovosti izkušnje in zadovoljstva z doseganjem ciljev. V primeru uporabnika Facebook-a se lahko ta mera izraža v številu všečkov.

3 Univerzalni model procesa kot orodje za uvedbo antropologije digitalizacije

3.1 Procesi odločanja v družbenih kontekstih

V zadnjih nekaj desetletjih je bilo na interdisciplinarnem področju presoje in odločanja zbranih mnogo ugotovitev v zvezi s procesi, ki jih ljudje izvajajo pri odločanju. Sociološke raziskave o izbiranju odkrivajo, kako značilnosti družbenega okolja oblikujejo vedenje posameznika, ne pa temeljnih procesov odločanja posameznikov. Misleči subjekt, katerega model tako ustvarjajo sociološke raziskave, je posledično skupnost, ljudstvo, ali neka druga družbena enota, sestavljena iz več posameznikov. V tem poglavju podamo pregled zbranih

idej, modelov in virov podatkov iz raziskav na temo odločanja (Bruch in Feinberg, 2017).

Od Nobelove nagrade 2002 Daniela Kahnemana (Kahneman, 2011) za njegovo delo »Hevristika in pristranskost« narašča pomen vedenjske ekonomije. Tako raziskovalci kot oblikovalci politike se vse bolj osredotočajo na procese odločanja kot ključno področje raziskav. Raziskovalci na interdisciplinarnem področju presoje in odločanja, ki zajema predvsem kognitivno znanost, vedenjsko ekonomijo in organizacijsko vedenje, so razširili področje statističnih modelov odločanja, katerih cilj je predstaviti temeljne procese izbire. Vendar se ideje teh modelov niso prenesle v sociologijo, ker ta ni popolnoma sprejela modela vedenja racionalne izbire. V tej luči univerzalni model procesa, ki koristnost odločitev in odločanje modelira s stohastičnim operatorjem, predstavlja boljše podlago za vpeljavo behaviorističnih modelov v sociologijo. Ekonomski racionalni agent se namreč po definiciji vedno odloča v skladu z maksimalno koristnostjo, misleči subjekt, modeliran z univerzalnim modelom procesa, pa se glede na okoliščine lahko odloča tudi drugače, v skladu s svojim konceptualnim aparatom in sliko stanja sveta, kot jo v danih okoliščinah zaznava.

Literatura o izbiri in odločanju je v glavnem zmanjšala vlogo družbenega konteksta v procesih odločanja. Večina eksperimentov, ki so jih izvajali psihologi, je namenjena izolaciji procesov, ki so lahko povezani z značilnostmi odločitvenih nalog delovanjem možganov. Raziskovalci morajo okolje desocializirati in se osredotočiti na en sam vidik ali teoretično napovedano so izvajanje dejavnikov. Čeprav obstaja veliko del o tem, kako se hevristike prilagajajo določenim okoljem odločanja, so ta okolja pogosto le laboratorijski konstrukti, katerih namen je nadzor nad ključnimi značilnostmi okolja. Namerno se odstranijo in odpravijo vidiki realističnega družbenega okolja, kar omejuje relevantnost teh raziskav za sociologe. V tem vidiku je pristop z univerzalnim modelom procesa nasproten, saj se osredotoča predvsem na procese, ki jih ne izolira, pri tem pa upošteva okolje mislečih subjektov in vpliv okolja na njegovo odločanje. Okolje odločanja namreč v modelu nastopa celovito, kot prostor stanj sveta, vpliv na odločanje pa je zožen na prostor konceptov, ki so izbrani izmed vseh konceptov sveta kot tisti, katerih slike vplivajo na odločanje mislečega subjekta.

Sociologi običajno ne opazujejo vmesnih stopenj, po katerih ljudje pridejo do rezultatov odločanja. Takšne procesne podatke je mogoče zbirati na več različnih načinov, poleg tega se možnosti za preučevanje sociološko pomembnih procesov odločanja hitro širijo zaradi pojava razpršenosti virov, kot so internet in pametni telefoni. Ti omogočajo opazovanje človeškega vedenja na precej natančnejši ravni časovne in geografske razdrobljenosti kot kadarkoli prej. Enako pomembno je, da podatki vsebujejo informacije o možnostih, ki so jih ljudje upoštevali, da so se na koncu odločili. Takšni podatki o dejavnosti zagotavljajo bogat vir informacij o sociološko pomembnih procesih odločanja (Bruch et al., 2016).

Novo področje dela naj bi temeljilo na spoznanjih kognitivne znanosti in teorije odločanja, da preuči izbirne procese in njihovo delovanje v družbenih okoljih. Sociologija in behavioristične raziskave odločanja ponujajo komplementarne poglede na odločanje. Njihovo združevanje zato lahko poglobi razumevanje sociologov o tem, kako in zakaj se posamezni rezultati razlikujejo glede na kontekst. S pomočjo vpogledov vpliv kontekstualnih dejavnikov na odločitvene strategije lahko sociologi bolje določijo kako, zakaj in kdaj značilnosti družbenega okolja sprožijo in oblikujejo človeško vedenje. Medtem ko lahko sociologi črpajo iz bogatega razumevanja izbrane literature in nabora orodij za preučevanje odločitvenih procesov, lahko raziskovanje odločanja koristi tudi vpogledom sociologov v načine, s katerimi socialni kontekst omogoča ali omejuje obnašanje (Bruch in Feinberg, 2017). Univerzalni model procesa s svojim razumevanjem sveta prav tako ponuja nov pogled oz. orodje za preučevanje odločitvenih procesov, tako da modelira odločanje mislečih subjektov.

Bruch in Feinberg v članku navajata nedavne študije, prav tako pa klasično literaturo na tem področju. Izpostavita empirične študije odločanja, ki pomagajo obravnavati načine sprejemanja kritičnih življenjskih odločitev. Osredotočata se na raziskave, ki so pomembne za razumevanje postopkov odločanja, za katere je značilna nejasnost, kjer ni očitnega pravega ali optimalnega odgovora. Konceptualni model tovrstnega odločanja je razvil Snowden in ga poimenoval Cynefin (Snowden, 2007). S teorijo odločitvenih procesov, uporabljeno znotraj operacijskih raziskav, je njegov model povezal French (French, 2017).

3.2 Sociološke in psihološke perspektive procesov odločanja

Najbolj vplivna teorija, teorija racionalne izbire, je model neoklasične ekonomske analize, ki predpostavlja, da imajo odločevalci popolno znanje o ustreznih vidikih svojega okolja, stabilen nabor preferenc za ocenjevanje izbirnih alternativ in neomejeno znanje poznavanja posledic. Odločevalci naj bi imeli popoln seznam možnih alternativnih ukrepov, tako da ni možnosti osredotočenja pozornosti ali iskanja novih možnosti. Značilnost klasičnega modela je torej tudi pomanjkanje pozornosti procesu odločanja. Racionalna izbira ima dolgo tradicijo v sociologiji, vendar se je njena priljubljenost povečala v osemdesetih in devetdesetih letih, delno zaradi razkoraka med socialno teorijo in kvantitativnimi empiričnimi raziskavami. Kvantitativna analiza podatkov se običajno izvaja brez kakršnega koli sklicevanja na individualno delovanje (Goldthorpe, 1996). Racionalna izbira ponuja teorijo delovanja, ki lahko empirične raziskave zasidra v smiselne opise vedenja posameznikov. Čeprav nekateri učenjaki racionalno izbiro izrecno sprejemajo kot model vedenja, jo mnogi drugi implicitno sprejemajo v svojih kvantitativnih modelih vedenja posameznika.

Sociologi so klasični model racionalne izbire kritizirali na več načinov. Opazili so, da ljudje niso vedno sebični akterji, ki se obnašajo v svojem najboljšem interesu (England, 1989), da preference niso stalne značilnosti posameznikov (Lindenberg in Frey, 1993) in da se posamezniki ne obnašajo vedno na smiselne in optimalne načine (Somers, 1989). Tem kritikam se lahko pridružimo tudi s teorijo univerzalnega modela procesa, saj se v nasprotju s klasičnim ekonomskih modelom osredotoča na procese odločanja, prav tako pa mislečega subjekta ne obravnava kot sebičnega. Poudarek racionalne izbire na posamezniku kot primarni enoti odločanja predstavlja bistveno asocialno predstavitev vedenja. V preseganju racionalne izbire teorije odločanja poudarjajo pomen socialnih interakcij in odnosov pri oblikovanju vedenja. Veliko empiričnih del razkriva, kako socialni kontekst oblikuje vedenje ljudi na najrazličnejših področjih. Toda poudarek na socialnih okoljih in socialnih interakcijah je neizogibno privedel do namenjanja manj pozornosti procesom na posamezni ravni, na katerih temelji odločanje. V nasprotju s tem so psihologi in teoretiki odločanja, ki želijo preseči racionalno izbiro, svojo pozornost usmerili ravno na posameznikovo sprejemanje odločitev. Misleči subjekt v univerzalnem modelu procesa presega racionalno izbiro, saj pri odločanju upošteva svojo sliko sveta, ki ponavadi ne

predstavlja realnega stanja sveta. Tako pa se odloča na podlagi svojih predstav in ne nujno v smeri lastne maksimalne koristnosti. Temeljna kritika psihologov in teoretikov odločanja je, da bi odločanje, kot je predvideno v teoriji racionalne izbire, postavilo ogromne zahteve glede naše sposobnosti obdelave informacij. Odločevalci imajo omejen čas za učenje o možnostih izbire, omejen delovni pomnilnik in omejene računske zmožnosti (Payne et al., 1993). Zato uporabljajo hevrstiko, ki ohranja zahteve po obdelavi informacij za nalogo znotraj mej omejene kognitivne sposobnosti. Misleči subjekt v univerzalnem modelu procesa se osredotoča le na omejen izbor realnosti, zato bi lahko rekli, da pri svojem odločanju prav tako uporablja hevrstiko. Zdaj je splošno priznano, da je osrednji proces človeškega reševanja problemov znotraj uporabe hevrstik, ki izvajajo zelo selektivne navigacije v problemskih prostorih (Newell in Simon, 1972).

Na drugi strani so se psihološke študije odločanja v svojih prizadevanjih, da bi se osredotočile na strategije, ki jih ljudje uporabljajo za zbiranje in obdelavo informacij, osredotočile predvsem na posameznike, ki so osamljeni. Tako se sociološki in psihološki pogledi na izbiro dopolnjujejo, saj vsak poudarja značilnost odločanja, ki jo je drugo področje v veliki meri pustilo nerazvito.

3.3 Vloga kognitivnih dejavnikov v procesih odločanja

Pri obdelavi informacij, povezanih z odločitvami, obstajata dva glavna izziva. Prvič, za vsako izbiro je značilno več lastnosti in nobena alternativa ni optimalna za vse dimenzije. Drugič, več kot majhna peščica informacij lahko premaga kognitivne sposobnosti odločevalcev. Osredotočimo se na odločitve, ki vključujejo premislek, na primer odločitve, kje živeti, kaj študirati, na katera delovna mesta se prijaviti, torej takšne, ki se ne sprejemajo spontano. Z delom Howarda in Shetha (Howard in Sheth, 1969) so znanstveniki zbrali precejšnje empirične dokaze, da se takšne odločitve sprejemajo zaporedno, pri čemer vsaka stopnja zmanjšuje nabor potencialnih možnosti. Za danega posameznika lahko nabor potencialnih možnosti najprej razdelimo na nabor, za katerega sam ve, in tistega, ki se ga ne zaveda. To zavedanje je nadaljnje razdeljeno na možnosti, ki bi jih oseba upoštevala, in tiste, ki so nepomembne ali nedosegljive. Ta manjši niz je sklop upoštevanja, končna odločitev pa je omejena na možnosti znotraj tega sklopa. V univerzalnem modelu procesa je odločitev mislečega subjekta

pogojena z iz stanja sveta zaznanih konceptov, ki izhajajo iz omejene množice vseh konceptov iz realnega stanja sveta.

Raziskave potrošniškega vedenja kažejo, da lahko odločitev o vključitvi določenih alternativ v obravnavani sklop temelji na izrazito drugačnih heuristikah in merilih kot končna odločitev o izbiri (Salisbury in Feinberg, 2012). V mnogih primerih posamezniki s preprostimi pravili omejijo porabo časa pri iskanju možnosti ali izključijo možnosti iz prihodnje obravnave. Posamezniki tako favorizirajo manj kognitivno obdajljiva pravila, ki že v postopku odločanja uporabljajo majhno število atributov izbire, da bi odpravili skoraj vse potencialne alternative, vendar pri ocenjevanju nekaj preostalih alternativ za končno odločitev upoštevajo širši spekter lastnosti izbire (Liu in Dukes, 2013). Ko je odločevalec zožil svoje možnosti, lahko dokončna odločitev o izbiri dovoli, da se različne dimenzije alternativ med sabo kompenzirajo. Torej, manj privlačno vrednost enega atributa lahko nadomesti privlačnejša vrednost drugega atributa. Vendar veliko raziskav odločitev dokazuje, da strategije za pregled potencialnih možnosti za razmislek niso kompenzacijske. Odločitev, da na podlagi enega atributa izloči ali vključi, ne bo kompenzirana z vrednostjo drugih atributov. Pravila o kompenzacijskih odločitvah so neprekinjena, medtem ko so pravila o kompenzacijskih odločitvah prekinitiv ali prag (Swait, 2001). Sociologi, ki preučujejo različne oblike premišljene izbire, običajno ne identificirajo pravil odločanja, prav tako pa ne upoštevajo vseh vidnih lastnosti vseh možnosti izbire. Univerzalni model procesa prav tako ne predpiše pravil odločanja, in jih pusti odprta konkretnim uporabam modelov. Predpiše le, da odločanje temelji na zaznavanju in dojetanju sveta mislečega subjekta. Slednji ne upošteva nujno vseh možnosti, saj se lahko odloča tudi nezavedno oziroma intuitivno.

3.4 Vloga čustvenih dejavnikov v procesih odločanja

Zgodnje raziskave odločanja so poudarjale vlogo kognitivnih procesov pri odločanju, vendar novejša dela kažejo, da imajo vsa čustva pomembno vlogo pri odločanju. Odločitve se sprejemajo z določeno valenco, kar oblikuje postopek izbire na zavedni in nezavedni ravni. Torej, celo navidezno premišljene odločitve se lahko sprejmejo ne le s skrbno obdelavo informacij, temveč tudi na podlagi intuitivnih presoj, kakšen občutek prinese določen rezultat. Kot že omenjeno, se

lahko tudi misleči subjekt v univerzalnem modelu procesa odloča na podlagi intuicije, njegove odločitve pa niso vedno premišljene.

Obstajajo tudi razlogi, zakaj se ljudje izogibajo eksplicitnim kompromisom glede atributov izbire. Nekateri kompromisi so čustveno težji od drugih, nekatere odločitve celo vključujejo lastnosti, ki veljajo za svete ali zaščitene, kar pa seveda vpliva na izbiro strategije odločanja (Baron in Spranca, 1997). Zgodnje delo s podganami nakazuje, da so odločitve razmeroma enostavne, če izbiramo med dvema zaželenima možnostma brez pomanjkljivosti (Miller, 1959). Ko pa se odločamo med možnostmi z zaželenimi in nezaželenimi atributi, postane izbira težja. Pri odločitvi med dvema neželenima možnostma je izbira najtežja od vseh. Kasnejša dela ugotovijo, da se ugotovitev lahko razširi tudi na človekovo izbiro. Ugotovili so, da imajo ljudje veliko možnosti, da maksimirajo vedenje in izberejo alternativo z najboljšo vrednostjo. Veliko del na področju zaznavanja tveganj kaže, da je ključni način, kako ljudje ocenjujejo tveganja in koristi določene situacije, njihov čustveni odziv. Dojemanje ljudi upada, ko se zaznane koristi povečujejo (Fischhoff et al., 1978). Atribut, ki je najbolj povezan z zaznanim tveganjem, je količina občutka strahu. Močnejši negativni odzivi torej privedejo do zaznavanja večjega tveganja in nižjih koristi.

To privede do raziskovanja na področju hevristike afektov, ki temelji na ideji, da imajo ljudje pozitivne in negativne povezave z različnimi dražljaji, in se pri presoji oprejo na afekte. Ta hevristika je pogosto učinkovitejša in enostavnejša od kognitivnih strategij, kot je tehtanje prednosti in slabosti ali celo pravila za ocenjevanje relativnih prednosti vsakega izida. Osnovna ideja je, da ljudje svet doživljamo na dva načina: enega, ki je hiter, intuitiven, samodejen in nezaveden, in drugega, ki je počasen, analitičen in premišljen (Evans, 2008). Po ugotovitvi, kaj je v dani situaciji najpomembnejše, vpliv tako vodi nadaljnje procese, kot je obdelava informacij, ki so osrednjega pomena pri kogniciji. Raziskovanje skozi univerzalni model procesa se ne osredotoča nujno na vpliv dvojnih procesov na odločanje, vendar model vseeno predpostavlja, da se ljudje odločamo hitro in intuitivno ali počasno in premišljeno. V zadnjih desetletjih so sociologi vključili spoznanja iz teorije dvojnih procesov, da bi razumeli, kako so lahko dejanja namerna in samodejna. Raziskujejo, kako samodejni in premišljeni procesi oblikujejo okvir ljudi, za določanje smisla konkretne situacije. Čeprav nekateri razpravljajo o tem, ali so samodejni in premišljeni procesi bolj podobni polarnim

skrajnostim ali glatkemu spektru, model dvojnega procesa ostaja koristen okvir za teoretiziranje vedenja.

3.5 Vloga okoljskih dejavnikov pri procesih odločanja

Sociologe že dolgo zanima, kako socialna okolja oblikujejo življenjske izide. Družbena okolja vedenje oblikujejo neposredno z različnimi oblikami vpliva, kot so pritisk vrstnikov in socialno učenje ter družbeni položaji (Manski, 2000). Kontekst na tem področju se nanaša na arhitekturne značilnosti izbranih okolij, kot je število alternativ, časovni pritiski ali poudarjenost možnosti kot privzete. Družbeno okolje se v svetu mislečega subjekta v univerzalnem modelu procesa spreminja, skupaj z njegovimi odločitvami. V ponavljajočem ciklu osredotočanja – zaznavanja – odločanja – izvajanja se stanje sveta mislečega subjekta nenehno spreminja.

Izbire ljudi so močno odvisne od relativnih prednosti določenega niza možnosti in ne od njihove absolutne vrednosti (Simonson, 1989). Ljudje se ponavadi izogibajo bolj skrajnim vrednostim pri alternativah (kompromisni učinek). Dodajanje nove asimetrično prevladujoče alternative, med katerimi prevladujejo nekateri predmeti v naboru, drugi pa ne, dejansko poveča verjetnost izbire elementov, ki prevladujejo nad njimi (učinek vabe) (Huber et al., 1982). Oba učinka lahko pripišemo dejstvu, da jih ljudje, ki se odločajo, poskušajo upravičiti na podlagi razlogov.

3.6 Preučevanje odločitvenih procesov

Psihologi so zasnovali številke tehnike za osvetlitev človekovih procesov odločanja v povezavi s ciljno usmerjenimi dražljaji. Sledenje procesom (ang. process tracing) je zbirka metod, ki je na splošno namenjena pridobivanju, integriranju in vrednotenju informacij, prav tako pa tudi spremljanju fizioloških, nevroloških in kognitivnih procesov. Takšne metode vključno s teorijo univerzalnega modela procesa ponujajo integracijo med kvalitativnimi sociološkimi raziskavami in njihovim kvantitativnim modeliranjem.

V zadnjem času je uporaba nevsiljivih sledilcev oči (ang. unobtrusive eye trackers) raziskovalcem omogočila, da so ugotovili, katere informacije se iščejo in asimilirajo v okoljih, bogatih z dražljaji, ne da bi se spraševali o znanju ali vmesnih ciljih. Takšne študije nudijo prednost izogibanju vprašanja čustvenih reakcij, in sicer tako, da opazujejo, kateri deli možganov so aktivni pri dostopu in obdelavi informacij, pa tudi o končnih odločitvah (Duchowski, 2007). Temeljna formula statističnih analiz odločitev je model naključne koristnosti (ang. random utility model), ki določa, da vsaka možnost, ki je na voljo odločevalcu, daje določeno vrednost. Ti statistični modeli izbire temeljijo predvsem na teoriji racionalne koristnosti. Razvoj tega področja je ključnega pomena za splošno sprejemanje formalnih modelov izbire, predvsem za družboslovce in sociologe, ki običajno želijo predvideti najboljše odločitve (Bruch in Feinberg, 2017).

3.7 Dvosistemski pristop k razumevanju odločanja »generacije Y«

V zadnjem delu članka predstavimo primer preučevanja razumevanja odločanja generacije Y, ki je lahko podlaga za nadaljnja odprta vprašanja raziskav antropologije digitalizacije (Viswanathan in Jain, 2013). Trenutno še ne razumemo natančno, kako se generacija Y odloča, namen predstavljene raziskave je izvedba raziskovalne analize in razvoj okvirja za odločanje generacije Y. Metodologija pristopa dvojnega sistema navaja, da posamezniki uporabljajo hevristični proces in analitični proces za sprejemanje odločitev. V ta pristop so vključeni dokazi šestih razprav v fokusnih skupinah z generacijo Y.

Generacija Y ali milenjska generacija so potrošniki, ki so običajno nagnjeni k timskemu delu v kulturi, ki jo vodi organizacija in rast. Prizadevajo si za hitro doseganje ciljev in sodelovanje, v nasprotju z individualnostjo, dojemajo kot sredstvo za uresničitev ciljev. Milenijci so odraščali v obdobju hitrega tehnološkega napredka, zato je neizogibno, da so spretni in vsestranski na področju uporabe tehnologije. Zaradi njihove tehnološko podkovane sposobnosti lahko izkoristijo bogate zmogljivosti digitalnih medijev in podobnih novosti. Raziskave potrošnikov generacije Y so doslej v veliki meri preučevale, kako na nakupovalno vedenje vplivajo starost, spol in znane osebnosti. Nasprotno pa je malo del na področju pristopa k preučevanju kognitivnih nalog in odločanja. V večji meri je bilo raziskano, kako se posamezniki spopadajo s kognitivnimi izzivi. Predstavljeno delo se močno opira na dvoproceni in

dvosistemski teoretični pristop. Učenje, sklepanje, odločanje in družbeno razumevanje so le nekatera področja, ki jih preiskujejo z uporabo teh teorij.

Različne discipline zagovarjajo teorijo dvojnega procesa in dvojnega sistema, ki temeljijo na prepričanju, da je mogoče za izvajanje kognitivnih aktivnosti uporabiti dva različna procesa. To sta tip 1 ali sistem 1 in tip 2 ali sistem 2. Pri prvem procesi veljajo za hitre, samodejne in nezavedne. Delujejo z minimalnim naporom s strani posameznika, ki nima občutka prostovoljnega nadzora. Implicitnost brez oprijemljive vsebine je značilnost tega procesa, ki pomaga ljudem pri prepoznavanju in dojetanju sveta okoli njih. Raziskovalci tudi poudarjajo, da ti, večinoma neverbalni procesi, pomagajo pri usmerjanju pozornosti in izogibanju izgubam. Pri drugem sistemu sta glavni značilnosti razmislek in upoštevanje pravil. Ker ni časovnega pritiska in nadzora, se ustvari kontrast s procesi prvega sistema. Izpostavi se eksplicitnost in abstraktnost drugega sistema. Uporaba delovnega spomina in odzivnost na ustna navodila sta še drugi prepoznavni značilnosti, ki so ju ugotovili znanstveniki.

Med raziskovalci obstaja splošno prepričanje, da oba sistema vplivata na procese odločanja. Občutki in čustva generirajo procese tipa 1 in nato služijo kot osnova za eksplicitna prepričanja in namerne odločitve, ki izhajajo iz tipa 2. Impulzi in asociacije, ki jih proizvaja sistem 1, postanejo podrejene metodičnim lastnostim sistema 2. Glavna ugotovitev raziskave je, da ima generacija Y aktiven hevristični sistem 1. Vendar pa možnosti ponavadi ne ocenjujejo sami. Namesto tega imajo prijatelji, družina in digitalni mediji vlogo sistema 2.

V univerzalnem modelu procesa odločanja zato lahko člana generacije Y opredelimo kot dvostopenjskega odločevalca, ki v prisili hitre odločitve v sliko sveta zajame pretekle izkušnje s situacijo in občutke, ki jih je zbudil, ter se v časovni stiski, pod pritiskom, ali ob siceršnji odsotnosti informacij iz družbenega okolja odloča v skladu s pozitivnimi občutki. V drugi stopnji odločanja, ko je priložnost za daljši razmislek, pa model v sliko sveta zajame tudi odločitve družbenega okolja, ki nadomestijo njegov lastni racionalni razmislek. Družbena omrežja, ki omogočajo komuniciranje mnenj in izkušenj drugih, na tem drugem nivoju odločanja predstavljajo orodje usklajevanja z skupnostjo in način pridobivanja informacij. Tako predstavljajo razpršeno avtoriteto, ki ji sledijo nepoučeni posamezniki, katerih subjektiven konceptualni aparat ne dosega

globine, ki bi omogočala racionalno odločanje v dani situaciji. Zanimivo raziskovalno vprašanje bi bilo, do katere mere tovrstno obilje informacij o odločitvah socialnega okolja botruje vzpostavitvi tovrstne razpršene avtoritete in nadomešča potrebo po lastnem kritičnem razmisleku.

Zaključek

V članku predstavimo primer uporabe univerzalnega modela procesa v sociološkem kontekstu, ki je podlaga za nadaljnje raziskovanje antropologije digitalizacije. Nato opišemo ugotovitve znanstveniki na interdisciplinarnem področju presoje in odločanja v zvezi s procesi, ki jih ljudje izvajajo pri odločanju. Sociološke raziskave o izbiranju in odločanju poudarjajo, kako značilnosti družbenega okolja oblikujejo vedenje posameznika, ne pa temeljnih procesov odločanja ljudi. Predstavimo vlogo kognitivnih dejavnikov pri obdelavi informacij v procesih odločanja ter vlogo čustvenih in okoljskih dejavnikov. Že predstavljene sociološke raziskave in vloge različnih dejavnikov postavimo tudi v kontekst univerzalnega modela procesa. V zadnjem delu članka se osredotočimo na primer odločanja generacije Y, kje ugotovimo, da je imajo milenijci hevrističen sistem odločanja, kjer procesi veljajo za hitre, samodejne in nezavedne, počasnejši racionalni model razmišljanja pa nadomešča razpršena avtoriteta družbenih omrežij, ki omogočajo izobilje informacij o odločitvah drugih oseb.

Predstavljeni rezultati so podlaga antropologiji digitalizacije, nove smeri raziskav oblikovanja skupnosti in medsebojnih razmerij posameznikov kot posledic uporabe digitalnih orodij v podjetjih. Digitalizacija vpliva na podjetja vseh velikosti, saj morajo digitalizirati svoje notranje procese in postopke, prav tako pa razviti nove storitve in digitalne poslovne modele. Tako digitalizacija sooblikuje sodobna digitalna plemena, katerih razumevanje je temeljnega pomena za uspeh družbe znanja.

Literatura

Baron, J., & Spranca, M. (1997). Protected values. *Organizational behavior and human decision processes*, 70(1), 1-16.

- Bruch, E., Feinberg, F., & Lee, K. Y. (2016). Extracting multistage screening rules from online dating activity data. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(38), 10530-10535.
- Bruch, E., & Feinberg, F. (2017). Decision-making processes in social contexts. *Annual review of sociology*, 43, 207-227.
- Duchowski, A. T., & Duchowski, A. T. (2017). *Eye tracking methodology: Theory and practice*. Springer.
- England, P. (1989). A feminist critique of rational-choice theories: Implications for sociology. *The American Sociologist*, 20(1), 14-28.
- Evans, J. S. B. (2008). Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annu. Rev. Psychol.*, 59, 255-278.
- Fic Žagar, P., Bokal, D. (2019). Primerjava uspešnosti percepcijskih strategij v različnih okoljih, Ekosistem organizacij v dobi digitalizacije : konferenčni zbornik, 38th International Conference on Organizational Science Development, Maribor: Univerzitetna založba Univerze, 259-272.
- Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S., & Combs, B. (1978). How safe is safe enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefits. *Policy sciences*, 9(2), 127-152.
- French, S. (2017). Cynefin: uncertainty, small worlds and scenarios. *Journal of the Operational Research Society*, 66, 1635-1645.
- Goldtborpe, J. H. (1996). The quantitative analysis of large-scale data-sets and rational action theory: for a sociological alliance. *European sociological review*, 12(2), 109-126.
- Hoffman, D. D., Singh, M., Prakash, C. (2015). The interface theory of perception, *Psychon Bull Rev*, 22, 1480-1506.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). The theory of buyer behavior (No. 658.834 H6).
- Huber, J., Payne, J. W., & Puto, C. (1982). Adding asymmetrically dominated alternatives: Violations of regularity and the similarity hypothesis. *Journal of consumer research*, 9(1), 90-98.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Lindenberg, S., & Frey, B. S. (1993). Alternatives, frames, and relative prices: A broader view of rational choice theory. *Acta sociologica*, 36(3), 191-205.
- Liu, L., & Dukes, A. (2013). Consideration set formation with multiproduct firms: The case of within-firm and across-firm evaluation costs. *Management Science*, 59(8), 1871-1886.
- Manski, C. F. (2000). Economic analysis of social interactions. *Journal of economic perspectives*, 14(3), 115-136.
- Miller, N. E. (1959). Liberalization of basic SR concepts: Extensions to conflict behavior, motivation and social learning. *Psychology: A study of a science*, Study, 2, 196-292.

- Newell, A., & Simon, H. A. (1972). Human problem solving (Vol. 104, No. 9). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Payne, J. W., Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1993). The adaptive decision maker. Cambridge university press.
- Salisbury, L. C., & Feinberg, F. M. (2012). All things considered? The role of choice set formation in diversification. *Journal of Marketing Research*, 49(3), 320-335.
- Simonson, I. (1989). Choice based on reasons: The case of attraction and compromise effects. *Journal of consumer research*, 16(2), 158-174.
- Snowden, D. J., Boone, M. E. (2007). A Leader's Framework for Decision Making, *Harvard Business Review*, 85, 68-76.
- Somers, M. R. (1998). Symposium on Historical Sociology and Rational Choice Theory" We're No Angels": Realism, Rational Choice, and Relationality in Social Science. *American journal of sociology*, 104(3), 722-784.
- Swait, J. (2001). A non-compensatory choice model incorporating attribute cutoffs. *Transportation Research Part B: Methodological*, 35(10), 903-928.
- Viswanathan, V., & Jain, V. (2013). A dual-system approach to understanding "generation Y" decision making. *Journal of consumer marketing*.

