

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lena Hofman

Dejavniki recipročnosti v spletnih skupnostih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lena Hofman

Mentor: doc. dr. Gregor Petrič

Dejavniki recipročnosti v spletnih skupnostih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Dejavniki recipročnosti v spletnih skupnostih

Z vedno pogostejšo uporabo interneta v vsakdanjem življenju se družbeni odnosi prenašajo iz fizičnih v spletne skupnosti. Novi odnosi ustvarjajo kompleksne tvorbe, kot je spletni socialni kapital. Ob tem so medsebojna recipročna dejanja pomoči in podpore razumljena kot njegov najpomembnejši del. Ta dejanja skupaj z drugimi dejavniki omogočajo sam obstoj in delovanje spletnih skupnosti. V pričujoči nalogi predstavim vlogo prostorov spletnega komuniciranja – spletnih forumov – pri ustvarjanju socialnega kapitala in recipročnosti. Osredotočim se na dva ključna dejavnika pri delovanju recipročnosti: identifikacijo posameznika s skupnostjo ter diverziteto v skupnosti. V raziskovalnem delu z multivariatno analizo odgovorov, pridobljenih s spletno anketo med uporabniki spletnih forumov, ugotovim, da je občutek kolektivnosti tisti, ki najbolj vzpodbuja recipročno delovanje. Konec odpira vprašanje socialnega kapitala kot orodja za uspešno družbeno aktivnost. Glavni namen naloge je prikazati virtualno okolje kot prostor, ki omogoča ustvarjanje in ohranjanje socialnega kapitala ter izpostaviti najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na recipročno delovanje v spletnih forumih.

Ključne besede: socialni kapital, spletne skupnosti, recipročnost, identifikacija, diverziteta

Factors of reciprocity in web communities

The growing use of internet in everyday life enables the transfer of social interactions from *face-to-face* into online communities. New relationships create complex structures, such as web-based social capital. Furthermore, mutual reciprocal acts of help and support are considered as its most important part. Actions of reciprocity, along with other factors, enable mere existence and activity of virtual communities. In the following assignment I present the role of spaces for web-based communication (*web forums*) in creating social capital and reciprocity. I focus on two key factors: identification of an individual in the community and the community's diversity. My research is based on multivariate analysis of answers, gained with a web-survey among forum users. I find out that the presence of the sense of collectivism is the key factor that encourages actions of reciprocity. In conclusion I open a debate of social capital as a tool for successful social activity. The goal of the assignment is to present virtual space as an environment which enables creation and preservation of social capital and also to determine the key factors that affect reciprocal activity in web forums.

Key words: social capital, online communities, reciprocity, identification, diversity

Kazalo

1	Uvod	6
2	Socialni kapital na spletu	8
2.1	Recipročnost	10
2.2	Vpliv različnih dejavnikov na recipročnost	13
2.3	Dejavniki socialnega kapitala v sekundarnih študijah	15
3	Raziskovalni okvir	18
3.1	Hipotezi	18
3.2	Argumentacija hipotez	18
3.3	Definicije temeljnih pojmov	19
3.3.1	Recipročnost	19
3.3.2	Identifikacija	19
3.3.3	Diverziteta	20
4	Empirična raziskava	21
4.1	Vzorec in zbiranje podatkov	21
4.2	Operacionalizacija	22
4.2.1	Oprelitev enot analize	22
4.2.2	Indikatorji po konceptih in preverjanje njihove zanesljivosti	22
	• Indeks Diverziteta	23
	• Indeks Identifikacija	23
	• Indeks Dobro počutje	24
	• Indeks Kolektivnost	24
	• Indeks Recipročnost	25
4.3	Preverjanje hipotez	27
4.4	Diskusija rezultatov	30
5	Zaključek	31
6	Literatura	33
7	Priloge	37
	Priloga A: Računalniški izpisi iz programa SPSS	37
	Priloga B: Vprašalnik spletne ankete	44

Kazalo slik

Slika 4.1: Struktura vzorca po spolu	21
Slika 4.2: Struktura vzorca po starosti	21
Slika 4.3: Struktura vzorca po statusu oz. poklicu	222
Slika 4.4: Prikaz povezav med teoretskimi pojmi po faktorizaciji	28

Kazalo tabel

Tabela 4.1: Faktorske uteži po indikatorjih, ki merijo identifikacijo.....	24
Tabela 4.2: Faktorske uteži po indikatorjih, ki merijo recipročnost	26
Tabela 4.3: Povprečje, standardni odklon in faktorska utež ustreznih indikatorjev recipročnosti.....	27
Tabela 4.4: Korelacijska matrika	27
Tabela 4.5: Linearna regresija za spremenljivke recipročnost, dobro počutje in kolektivnost	28
Tabela 4.6: Preverjanje prileganja modela podatkom z ANOVA testom	28

1 Uvod

Medčloveški odnosi se v zadnjih letih sooblikujejo ne le v fizičnih skupnostih, marveč tudi na spletu. V času informacijske družbe smo ljudje ustvarili spletne prostore, ki lahko do neke mere zadovoljujejo našo potrebo po socializaciji in zabavi. Ena izmed najbolj zanimivih posledic internetnih komunikacij, ki se je pojavila z razširitvijo osebnih računalnikov v gospodinjstva, je vpliv teh komunikacij na vsakdanje življenje posameznika. Z vzponom informacijske komunikacijske tehnologije (IKT) so se pojavile mnoge družbene spremembe, prav tako pa se je pokazal vpliv internetnih komunikacij na družbo kot celoto. Raziskovanje dejavnikov, ki vplivajo na odnose, vzpostavljene s pomočjo IKT, je pomembno za razumevanje, kam vodi razvoj ter uporaba virtualnih prostorov, izkoriščenih za medosebno komuniciranje. Intenziteta odnosov na spletu se z razvojem tehnologije povečuje, s tem pa se ustvarjajo kompleksni pojavi, med drugim tudi spletno ustvarjeni socialni kapital.

Po Robertu Putnamu so jedro socialnega kapitala socialna omrežja. Tako izvijah, ki prestavlja fizični kapital, kot univerzitetna izobrazba, ki prestavlja človeški kapital, družbeni stiki prestavljajo socialni kapital. Vsak od teh elementov lahko izboljša individualno ali kolektivno produktivnost (Putnam 2000). Putnam raziskuje upad družbenih aktivnosti, kot so »razpad omrežij interakcij med posamezniki, ki zadovoljujejo človeško potrebo po skupnosti, kolektivnem delovanju in demokratični participaciji« (Boggs 2001, 281). Mnogo kritikov Putnamovih del¹ pa se osredotoča na to, kako lahko spletni prostori oživijo in ohranjajo družbene aktivnosti ter s tem kolektivno delovanje, demokratično participacijo in socialno povezanost. »Koncept socialnega kapitala ponuja raziskovalcem manjkajoč vezni člen za obrazložitev, kako ljudje premagujejo ovire kolektivnega delovanja.« (Best in Krueger 2006, 395) Odnosi med posamezniki na spletu omogočajo udejanjanje kolektivnega delovanja v virtualnih prostorih. Nove dileme, ki se pojavljajo z računalniško posredovano komunikacijo, porajajo vprašanje, ali se socialni kapital ustvarja tudi v spletnih skupnostih in na kakšen način ter ali lahko ta vezni člen deluje tako v spletnih skupnostih kot v vsakdanjem življenju.

Virtualni prostori, kot so spletni forumi, omogočajo obliko spletne komunikacije, ki temelji pretežno na izmenjavi tekstovnih sporočil med člani. Brez izmenjave informacij, mnenj in sporočil obstoj spletnega foruma ne bi bil možen, ta dejanja izmenjave pa ustvarjajo

¹ Blanchard in Horan, Scott in Johnson, Postmes in Brunsting.

pomemben del socialnega kapitala pod skupnim imenom *recipročnost*. Po Putnamu (Blanchard in Horan 2005, 6) je recipročnost, skupaj z zaupanjem in integriteto, ena izmed norm, ki sestavljajo socialni kapital. Najzanimivejše in najbolj neposredno delovanje v spletnih skupnostih vsebuje prav dejanja recipročnosti. Thurnwald (v Gouldner 1960) je prepričan o globalni pomembnosti načela recipročnosti. To načelo prevlada v vsakem odnosu primitivnega življenja in je temelj celotnega družbenega in etičnega življenja civilizacij.

V nalogi si zastavim cilj ugotoviti, kakšni morajo biti pogoji v spletni skupnosti za razvoj socialnega kapitala oziroma najpomembnejšega dela le-tega: moralnih dolžnosti in norm. Sprva bom predstavila socialni kapital in njegov obstoj v informacijski družbi. Na podlagi razprav avtorjev, ki se ukvarjajo z vprašanjem, ali spletne skupnosti, prav tako kot skupnosti iz-oči-v-oči², generirajo socialni kapital, se bom osredotočila na eno izmed dimenzij socialnega kapitala, in sicer recipročnost. Raziskovala bom, kako se oblikuje, kako deluje ter predvsem kaj povečuje oziroma zmanjšuje ta dejavnik v virtualnem okolju. Na podlagi teoretičnih izhodišč in sekundarnih študij bom predstavila povezanost med identifikacijo posameznika v spletni skupnosti ter recipročno delovanje v njej. Raziskala bom, kako demografska raznolikost sestave foruma vpliva na recipročno delovanje članov spletnega foruma. Nadalje bom predstavila empirično raziskavo, ki obravnava zastavljen problem, z multivariatno statistično metodo preverila hipoteze ter izpostavila rezultate. V zaključku bom predstavila širši družbeni pomen socialnega kapitala in implikacije za nadaljnje raziskovanje. Poskušala bom raziskati spletno mesto – forum – kot prostor, ki omogoča ustvarjanje in ohranjanje socialnega kapitala in ki s tem služi tako posamezniku kot tudi družbi kot celoti.

² Angl. »face-to-face communities«. Imenovane tudi geografske skupnosti ali »offline« skupnosti. Skupnosti, ki obstajajo zaradi fizičnega kontakta med člani; pogojene so z lokacijo in časovno omejene.

2 Socialni kapital na spletu

»Informacijska tehnologija poseduje potencial za povečanje socialnega kapitala.« (Prujit 2002, 111) Skupnosti, organizacije in stiki obstajajo tudi na spletu. Ali to pomeni, da so na spletu, v spletnih skupnostih, prisotni tudi emocionalna opora, občutek pripadnosti, zadovoljevanje potreb in doseganje skupnih ciljev? V nalogi poskušam najti odgovor na to vprašanje. Internet ne pomeni le dopolnjevanje socialnega kapitala v resničnem življenju. Z argumenti različnih avtorjev bom predstavila, ali se socialni kapital lahko ustvarja tudi na spletu.

Če so komunikacijski vzorci geografske skupnosti razširjeni z univerzalno dostopno računalniško mrežo, ali obstajajo implikacije za kvaliteto življenja v tej skupnosti? To postaja glavno vprašanje informacijske družbe. Povezanost med komunikacijo in kvaliteto življenja je ideja Roberta Putnama (1993, 2000). Putnam je kvaliteto življenja v določenih geografskih skupnostih pripisal različnim stopnjam socialnega kapitala in družbeni vključenosti znotraj teh skupnosti. Socialni kapital Putnam definira kot »dejavnike socialne organiziranosti, kot so zaupanje, norme in omrežja, ki lahko izboljšajo učinkovitost družbe« (Putnam 2000, 167). Skupnosti z aktivnimi komunikacijskimi omrežji oziroma z višjo stopnjo socialnega kapitala bodo torej praviloma imele boljšo kvaliteto življenja (Kavanaugh in Patterson 2001, 497). Veliko avtorjev je uvidelo, da je internet zelo primerno sredstvo za komunikacijske aktivnosti, ki vodijo v gradnjo skupnosti (Jones 1994; Wellman 1997; Rheingold 2000). Nekateri trdijo, da je internet orodje za gradnjo socialnega kapitala, saj »aktivnost na spletu vodi v povečano lokalno zavest, visoko stopnjo osebne aktivnosti in hitro politično mobilizacijo« (Hampton in Wellman v Kavanaugh in Patterson 2001, 499). V študijah, ki poudarjajo negativne učinke je internet obravnavan kot slabše in šibko nadomestilo za navezovanje stikov z drugimi. Negativni učinki računalniško posredovanega komuniciranja naj bi bili asocialnost, zmanjšana družbena vključenost, povečanje občutka samote in izoliranosti. Po drugi strani študije, ki poudarjajo emancipatorne in povezovalne učinke računalniško posredovane komunikacije (Turkle 1995) trdijo, da stiki preko spleta ne zmanjšujejo stikov v družini in med prijatelji, marveč jih še bolj povezujejo med seboj in utrjujejo obstoječe odnose.

Putnam (2000) razdeli socialni kapital na dve komponenti: prva zavzema »odnose s prijatelji, sosedi, sorodniki, sodelavci, ki proizvajajo družabnost, emocionalno oporo, dobrine in storitve,

informacije in občutek pripadnosti« (Wellman in Frank v Wellman in drugi 2001, 437). Znano dejstvo glede na mnoge avtorje je, da uporaba interneta ne zmanjšuje števila stikov v »offline« življenju³. Ugotavljajo, da stiki prek interneta ne zamenjujejo stikov v resničnem življenju, ampak jih največkrat dopolnjujejo. Druga komponenta je »participatorni kapital, ki obsega vključenost v politiko in prostovoljne organizacije, ki ponuja priložnosti za povezovanje ljudi, doseganje skupnih ciljev, zadovoljevanje potreb in želja« (Tocqueville v Wellman in drugi 2001, 437). Participacija v organizaciji na spletu je pravzaprav enostavnejša kot v resničnem življenju, saj ni časovno ali geografsko omejena in ima še veliko drugih prednosti (npr. anonimnost). Wellman in drugi (2001) dodajo sledečo komponento socialnega kapitala: zavezanost skupini. »Socialni kapital vsebuje več kot le medosebno interakcijo in vključenost v organizacije. Ko imajo ljudje močan občutek zavezanosti skupnosti, motiviran, odgovoren občutek pripadnosti, bodo zlahka in učinkovito mobilizirali svoj socialni kapital« (McAdam v Wellman in drugi 2001, 437). Zanimiv pogled na povezavo med socialnim kapitalom in internetom predstavi Prujit (2002), ki trdi, da je struktura interneta zelo podobna strukturi socialnega kapitala. Internetu in socialnemu kapitalu so skupna omrežja, ki so osrednja gradbena enota obeh, in sodelovanje, saj tako internet kot socialni kapital delujeta zaradi sodelovanja med vladnimi agencijami in omrežji članov. Skupno jima je tudi prostovoljno delo ter dajanje in prejemanje. V obeh obstajajo standardi družbenega vedenja, t.i. netiketa (Prujit 2002, 112).

Definicije socialnega kapitala pa si, tako kot pri vseh kompleksnih socioloških pojmi, niso povsem enake. Socialni kapital je najpogosteje obravnavan kot javno dobro. Glavna predpostavka pravi, da ko nekdo prispeva socialni kapital v določeno družbeno skupnost, ni prav on tisti, ki profitira. Taka investicija pomeni ugodnost za vse člane skupnosti (Coleman v Prujit 2002, 109). Za vzdrževanje družbe morajo njeni člani prebroditi ovire kolektivnega delovanja. Sodelovanje s tveganjem, da bo član izkoriščen, je boljše od individualnega spopadanja s težavami, ki bi se hitreje rešile kolektivno. Sposobnost premagovanja teh ovir Prujit (2002, 109) imenuje socialni kapital. Bordieu (1986) je uporabil oznako socialni kapital za omrežja stikov. Ti naj bi bili ustvarjeni in vzdrževani na individualni ravni, pa tudi na skupinski ali družinski ravni. Po Bestu in Kruegerju (2006) socialni kapital opredelimo kot večplasten koncept, ki sestoji iz elementov generaliziranega zaupanja, recipročnosti in

³ Prujitova raziskava o potencialu socialnega kapitala na internetu; Franzenova raziskava »Does the internet make us lonely?«; Yzelova in Southwellova raziskava o mitih informacijske komunikacijske tehnologije; raziskava Wellmana in drugih o socialnih omrežjih, participaciji in zavezanosti skupnosti.

integritete. Avtorja izhajata iz Putnamovega (1993) koncepta socialnega kapitala, katerega sestavljajo moralne dolžnosti in norme, družbene vrednote in socialna omrežja. »Putnamova glavna ideja je, da ko ima neka regija dobro delujoč ekonomski sistem in visoko stopnjo politične integracije, so to pokazatelji uspešne akumulacije socialnega kapitala v regiji« (Siisiäinen 2000, 2). Poglejmo si Putnamovo idejo v virtualnem okolju in predpostavimo, da je to, kar poimenuje »regija«, v našem primeru spletna skupnost oziroma spletni forum. Za uspešno delovanje foruma, kot tudi regije, so potrebni ustrezni pogoji. Ekonomski sistem v skupnosti bi v virtualnem okolju pomenil sistem, ki uravnava delovanje foruma, forumska administracija, ureditev, preglednost. Visoko stopnjo integracije v forumu lahko predstavljajo posameznikova povezanost s skupnostjo, pomoč med člani, aktivnost forumskih debat ... Našteti pokazatelji bi torej pomenili uspešno akumulacijo socialnega kapitala v spletni skupnosti. Forum kot prostor, ki omogoča akumulacijo socialnega kapitala, bo spodbujal debato in samostojno razmišljanje uporabnikov, s tem pa tudi povečeval udeležanje posameznikov na spletu in jim nudil osebno zadovoljstvo. Potencial socialnega kapitala v spletnih skupnostih se dotika ne le posameznika, ampak tudi odpira vprašanje, ali lahko tako ustvarjen socialni kapital pomeni vzpostavitev pogojev za napredek v celotni družbi. Če Putnamovo idejo pokazateljev uspešne akumulacije socialnega kapitala prenesemo v virtualno okolje, s tem predpostavljamo, da ima socialni kapital, ustvarjen na spletu, velik potencial za izboljšanje družbe in aktivnega državljanstva. Z razvojem Web 3.0 informacijske družbe se pomen tako ustvarjenega socialnega kapitala še povečuje. Stopnja politične integracije in participacije državljanov se lahko poveča skozi politične forume in e-vladanje, ekonomski sistemi pa se lahko izboljšajo z internetnimi tržnimi strategijami na socialnih omrežjih. Spletne skupnosti imajo velik potencial za nadaljnji razvoj ter za širjenje na različna področja uporabe, prav tako pa se širi potencial za njihovo raziskovanje in raziskovanje učinkov spletnih skupnosti na družbo kot celoto.

2.1 Recipročnost

V literaturi in med znanstveniki ni konsenza o definiciji recipročnosti, kar otežuje celovito pojasnitev tega pojma v eni sami domeni. Predstavila bom recipročnost v različnih kontekstih, saj so antropološke, sociološke in ekonomske definicije prepletene, ter izpostavila definicijo, na katero se opiram pri nadaljnjem raziskovanju.

MacCormack (1976) pojasnjuje, da je recipročnost v domeni antropologije uporabljana v istem kontekstu kot »darilo«, »protiusluga« ali »izmenjava«. Recipročna dejanja so prisotna tako med afriškimi plemeni kot v sodobnih družbah. Definicije recipročnosti v antropološki literaturi si niso do potankosti enake, vse pa se nanašajo na neke vrste transakcije, kjer je prisotna izmenjava, naj bo to izmenjava žensk ali dobrin, takojšnja ali odložena⁴ (MacCormack 1976). Eden izmed avtorjev opisuje recipročno delovanje v afriških plemenih in poudarja, da je izmenjava žensk med dvema plemenoma uravnotežena oziroma izenačena. Pleme »podari« eno izmed svojih žensk drugemu plemenu in od istega plemena eno žensko prejme. Izmenjava se lahko kvalificira kot recipročna zaradi uravnoteženosti, saj je število podarjenih in prejetih žensk v obeh plemenih enako (Oliver v MacCormack 1976, 89–90). Pojavlja pa se tudi dolžnost do vrnitve prejetega darila. S prejetjem objekta se posameznik zaveže k povračilu v prihodnosti, kar je še posebej pomembno, ko gre za izmenjavo med več plemeni. Prvo pleme podari žensko drugemu, drugo tretjemu, tretje pa spet prvemu. Tako se lahko ustvari zelo dolga veriga izmenjave, temelječa na dolžnosti povračila ekvivalenta prejetemu objektu. Vendar pa v primeru melanezijskih vasi ne gre le za koncept darila. Tu najdemo ekonomsko konotacijo, ki pravzaprav temelji na izmenjavi osnovnih dobrin. Vas A bo vasi B vsak teden dostavila ribe in v zameno od vasi B dobila zelenjavo. Če tega ne naredi, ne bo dobila zelenjave. Vasi se za preživetje zanašata druga na drugo, kar avtor poimenuje »zavezujoča sila ekonomske dolžnosti«, ki vzpodbuja dejanja recipročnosti (Malinowski v MacCormack 1976, 92). Lévi-Strauss podobno definira recipročnost kot »način obnašanja, ki temelji na izmenjavi dobrin, nujnih za človekovo preživetje« (v MacCormack 1976, 97).

Opisani antropološki koncepti se v osnovi povezujejo z ekonomskimi koncepti recipročnosti. Ta v poslovnem svetu na kratko pomeni poslovanje s prijatelji. Hausman (v Moyer 1970) pojasni, da recipročnost v osnovi predstavlja poslovanje dveh strank (npr. podjetij) med seboj, kjer vsaka igra vlogo kupca in prodajalca. Vendar poudarja, da opisana situacija vzajemnega delovanja ni prisotna v vseh primerih kupovanja in prodaje med podjetji. Ponavadi podjetje A (kupec) poskuša prepričati podjetje B (prodajalca), naj mu ponudi določene ugodnosti, ker je podjetje A dober kupec. V drugih primerih, ko gre za industrijska podjetja, lahko postane recipročnost med dvema podjetjema tako močna in dolgotrajna, da postane skoraj samoumevna. Druga podjetja zato le s težavo prekinajo recipročno povezavo. V poslovnem svetu je načelo mišljeno kot: »jaz ti dam nekaj, ti pa meni nekaj vrneš v zameno«, kar je, kot

⁴ Angl. »immediate« in »deffered«.

že prikazano, osnova recipročnega delovanja nasploh (Moyer 1970). »Tehnologije, kot je internet, služijo povečanju tako recipročne kot tudi ne-recipročne komunikacije. Ti novi pogoji predstavljajo izziv posameznikom in organizacijam, kako najti nove recipročne povezave in sodelovanje ter kako ustvariti priložnosti, ki so bile prej povezane le z delitvijo skupne lokacije.« (Slevin 2000, 90) Recipročnost koristi podjetjem v smislu pridobivanja in ohranjanja vezi, pri prehodu podjetij na spletna poslovanja pa se vedno bolj izpostavlja pomen recipročnosti tudi v iskanju novih poslovnih priložnosti in okrepitvi dotedanjih poslovanj zaradi lahkotnosti in dostopnosti komunikacije tako med podjetji kot tudi s kupci. Koristi, ki jih prinaša recipročno delovanje, so pomemben dejavnik pri ekonomski uspešnosti podjetij.

Ob približevanju sociološki definiciji, ki jo bom uporabila v nalogi, se soočimo s prehodom od dejanj recipročnosti k normi recipročnosti. Pri pojasnjevanju je pomembna Gouldnerjeva ideja »generalizirane moralne norme recipročnosti, ki definira določena dejanja in obveznosti kot povračilo za prejete ugodnosti« (Gouldner 1960, 170). Prejetje ugodnosti ustvari obveznost za povračilo. Ta obveznost mora biti razločena od drugih obveznosti, ki se nanašajo na zasedanje določenega statusa, npr. definiranega s sorodstvom. Norma pripomore k urejanju socialne stabilnosti s tem, da proizvede »začetni mehanizem« za vzpostavitev odnosa med dvema osebama ali dvema skupinama oseb (Gouldner 1960). Naj izpostavim, da se bom osredotočila na generalizirano recipročnost, ki po Putnamu pomeni »stalen, neprekinjen odnos izmenjave, ki je v vsakem trenutku neuravnotežen, vendar vključuje vzajemno pričakovanje, da bo v prihodnosti izmenjava obrnjena« (Putnam 1993, 172). Putnam (1993) prav tako trdi, da je princip generalizirane recipročnosti dejanje posameznika za nekega drugega posameznika, ki ne pričakuje takojšnje vrnitve usluge, pa vendar je prepričan, da se mu bo ta usluga sčasoma povrnila, od tega posameznika ali kateregakoli drugega. Na slednjo definicijo recipročnosti opiram svoje nadaljnje raziskovanje. Avtorja Blanchard in Horan (2005) predpostavita, da je v spletnem okolju, prav tako kot v fizičnem, prisotna norma recipročnosti. Za razliko od omenjenih avtorjev v antropoloških vodah, ki se osredotočajo na izmenjavo med posamezniki ali skupinami, ta dva avtorja izpostavita odnose med posamezniki znotraj skupnosti. »Recipročna dejanja pomoči in podpore se pojavljajo v spletnih skupnostih in predstavljajo pomemben del le-teh. Majhna dejanja pomoči lahko ustvarijo percepcijo močne norme recipročnosti znotraj spletne skupnosti.« (Blanchard in Horan 2005, 6) Po Blauu in Emersonu (v Ren in drugi 2007, 391) ljudje pogosto pomagajo drugim v pričakovanju, da bo njihova pomoč kompenzirana ali vzajemna s strani tistih, katerim so pomagali, ali s strani skupine kot celote. Generalizirana recipročnost se pojavi v

skupini, ko je vrnitev pomoči pričakovana s strani neke tretje osebe in ne od samega prejemnika. Ta vrsta recipročnosti nakazuje zavezanost posameznika k skupini kot celoti in je močno prisotna v, na primer, spletnih skupnostih odprtokodnih programerjev, ustvarjalcev spletnih enciklopedij ipd. (Ren in drugi 2007, 391). Zanima me torej generalizirana recipročnost, ki se nanaša na celoten spletni forum in ne le na odnose med določenimi posamezniki v forumu. Pomembno pa je poudariti tudi, da se raziskovanje nanaša na normo recipročnosti, torej sociološko pojmovanje norme v smislu pričakovanja določenega vedenja v družbeni skupini uporabnikov spletnih forumov.

2.2 Vpliv različnih dejavnikov na recipročnost

Brez udejstvovanja posameznikov na spletu pojava spletnega socialnega kapitala in recipročnosti ne bi bilo. Delovanje posameznikov na spletu in s tem »oblikovanje virtualne identitete je pogosto obravnavano kot tehnološko pogojena nujnost« (Oblak 2000, 1062) in ima pomembno vlogo pri pojasnjevanju, kako kompleksni sociološki pojavi vzniknejo:

Avtorji trdijo, da se v kibernetnem prostoru izoblikuje multipla, nestalna, fluidna identiteta (kot nasprotje racionalni, stabilni in avtonomni identiteti posameznika), ki je posledica posebnega – breztelesnega – načina komuniciranja in relativne anonimnosti posameznika (Turkle 1995; Poster 1995); trdijo, da na mreži vseh mrež nastajajo takšne virtualne skupnosti, ki bolj kot na vnaprej pripisanih vezeh in predvsem skupni prostorski določenosti temeljijo na osebni zaupnosti in moralni zavezanosti (Oblak 2000, 1053).

Omenjena moralna zavezanost, na kateri naj bi temeljile spletne skupnosti, nakazuje obstoj določenih družbenih norm v raznih spletnih skupnostih. Glede na pretekle študije⁵ se je izkazalo, da se določeni elementi socialnega kapitala (v mojem primeru družbena norma recipročnosti) povečujejo z nekaterimi podobnostmi ali razlikami med člani skupnosti. Zanima nas, katere so te razlike ali podobnosti ter kako vplivajo na obstoj oziroma povečanje dejanj recipročnosti v spletnih skupnostih.

V svoji raziskavi Scott in Johnson (2005) primerjata virtualne skupnosti in skupnosti iz-oči-v-oči. Trdita, da je »druga najpomembnejša razlika med fizičnimi in spletnimi skupnostmi

⁵ Raziskava Besta in Kruegerja iz l. 2006 o spletnih interakcijah in socialnem kapitalu, raziskava Bordie, Hobmanove in Krebsa iz l. 2006 o virtualnih delovnih skupinah in različnosti članov skupin ter raziskava Bakardjieve iz l. 2003 o virtualnem druženju.

potencial za anonimnost in osebna identifikacija« (Scott in Johnson 2005, 5). Menita tudi, da si člani virtualne skupnosti vsaj do neke stopnje delijo občutek skupne identitete. Ren in ostali (2007) se sklicujejo na teorije skupne identitete in skupnih vezi; še nadalje razdelijo skupno identiteto v spletnih skupnostih na dva tipa: navezanost na skupino, temelječo na identiteti, ter navezanost, temelječo na vezeh. Izkaže se, da obstajajo trije glavni vzroki skupinske identitete ali predanosti skupini kot celoti: socialna kategorizacija, medsebojna odvisnost in primerjava znotraj skupine (Ren in drugi 2007, 382). Kjer je vsaj enemu od teh pogojev zadoščeno, se bodo člani veliko bolj poistovetili s skupino kot v drugih virtualnih skupnostih. Za Rena in druge (2007) je vedenjska posledica občutka zavezanosti skupini kot celoti med drugim tudi recipročnost. Kot druge posledice omenjajo še kohezijo, zadovoljstvo, podreditev skupinskim normam in robustnost skupine. Eden izmed ključnih dejavnikov v razumevanju recipročnosti je torej poistovetenje posameznika s spletno skupnostjo, v kateri deluje. Menim, da so v virtualnih skupnostih, kjer se člani počutijo kot del skupine in kjer se lahko identificirajo s skupino kot celoto, močno prisotna dejanja recipročnosti. Ta se vzajemno povečujejo s povečevanjem občutka skupne identitete. »Ljudje imamo radi nam podobne druge posameznike, naj bo to po preferencah, obnašanju ali vrednotah. Radi delamo in komuniciramo s sebi podobnimi.« (Ren in drugi 2007, 388) Newcomb (1960) je ugotovil, da se visoka interpersonalna privlačnost razvija med tistimi, ki imajo že v začetku enake lastnosti.

Podobnost med člani skupine lahko ustvarja tako skupno identiteto kot tudi interpersonalne vezi. Podobno ozadje skupine, na primer poklic, šola, lokalnost, rasa, etnična pripadnost, status in starost, še posebno, kadar povezuje ljudi, ki se ne poznajo, lahko vodi do članstva skupne kategorije. Ljudje ne marajo heterogenih skupin, take skupine pa ob pojavu konflikta izkusijo preobrat. Podobnost ozadja ali usmerjenosti vodi v skupno identiteto, še posebno, kadar je ta relevantna za kontekst in funkcionalnost skupine (Cartwright v Ren in drugi 2007, 388).

Podobnost članov skupine je torej znan vzrok povezljivosti znotraj skupine. Kot pravita Scott in Johnson (2005), je glavni element, ki družni posameznike v neko virtualno skupnost, skupni interes. Prav tako Blanchard in Horan (2000) trdita, da omrežja oziroma virtualne skupnosti olajšajo dostop do prej nepoznanih posameznikov, s katerimi delijo interes. Na podlagi prikazanih teoretskih izhodišč bom v nadaljevanju natančneje definirala pojem *identifikacija* posameznika s spletno skupnostjo.

Kot posledico združevanja posameznikov v skupine po skupnem interesu avtorji predvidevajo (Ren in drugi 2007), da so sestave spletnih skupnosti demografsko zelo heterogene, saj dostop do teh skupnosti ali vključitev v skupnost ponavadi nista omejena (izključujoč dostopnost internetne povezave). V raziskavi se bom usmerila na vpliv različnosti posameznih članov skupnosti na dejanja recipročnosti. Glede na Cartwrightove (1968) ugotovitve sklepamo, da v bolj heterogenih skupnostih recipročna dejanja niso tako prisotna kot v homogenih, in sicer ravno zaradi povezave med poistovetenjem s skupino in pripravljenostjo za vzajemno pomoč. Še natančneje, poglobila se bom v demografsko različnost članov skupnosti v primerjavi z ostalimi člani, ki jo predstavim pod pojmom *diverziteta*. Poskušala bom potrditi, da je diverziteta članov skupnosti eden izmed ključnih dejavnikov nerekipročnega delovanja v spletnih skupnostih.

2.3 Dejavniki socialnega kapitala v sekundarnih študijah

Raziskava Bakardjieve (2003) »Virtual Togetherness: an Everyday-life Perspective« se ukvarja z aspektom identifikacije posameznika s skupnostjo. Gre za kvalitativno raziskavo, ki se osredotoča na posameznike in njihove zgodbe o uporabi interneta in spletnih skupnosti v vsakdanjem življenju. Pokaže več izsekov intervjujev, ki potrjujejo, da se ljudje iz istih socialnih kategorij močno poistovetijo z virtualno skupnostjo. Raziskava je zanimiva še posebno zato, ker skozi intervjuvane posameznike definira različne tipe uporabnikov spletnih skupnosti. Razdeli jih na racionalistični ideal, racionalne akterje (primer foruma za starše otrok s sindromom ADD – *attention deficit disorder*), komunikatorje v virtualnih javnih sferah (politični forum), klepetalce in komunitariste (forum za bolnike z redko kronično boleznijo). Izkaže se, da so posamezniki – razen strogega racionalista – sčasoma razvili izjemno močne vezi z ostalimi člani forumov, razvila so se tudi intimna razmerja, močno pa je bila prisotna tudi identifikacija s skupino in občutek razumljenosti.

Raziskava o virtualnih skupinah in raznolikosti članov skupine (»Virtual Teams and Group Member Dissimilarity«), ki so jo izvedli Scott Krebs, Elizabeth Hobman in Phrasant Bordia leta 2006 v Avstraliji, se ukvarja z vplivom demografskih različnosti na zaupanje v delovnih skupinah. »Demografska različnost, temelječa na starosti, spolu, državi rojstva in programu študija, naj bi bila negativno povezana z zaupanjem v skupini iz-oči-v-oči, ne pa tudi v virtualni skupini.« (Krebs in drugi 2006, 721) Tu gre za posebno obliko skupnosti, ki jih ne družijo skupen interes, marveč delovna naloga. Zato avtorji virtualno skupnost poimenujejo

delovna skupina (*work group*). Ker člane skupine v raziskavi družijo neka naloga, ki jo morajo v določenem času opraviti, so dejanja medsebojne pomoči močno prisotna. Študija je za mojo raziskavo pomembna, ker preučuje vpliv demografske različnosti na socialni kapital.

Rezultati so pokazali, da razlika v starosti ni negativno vplivala na zaupanje v virtualni skupini, razlika v državi rojstva pa je celo pozitivno vplivala na zaupanje v virtualni skupini. Avtorji pri pregledu obstoječe literature ugotovijo, da ponavadi demografska različnost negativno vpliva na zaupanje v skupnostih. Vendar pa so pričakovali, da se bo negativen vpliv zmanjšal v anonimnem okolju oziroma takem okolju, kjer demografske značilnosti niso takoj vidne, torej v virtualnem okolju (Bhappu v Krebs in drugi 2006, 726). Rezultat raziskave je pokazal, da ni povezave med demografsko različnostjo in zaupanjem v virtualni skupini.

Raziskava Cenita in drugih (2009) o motivacijah posameznikov za nalaganje in deljenje datotek (»More Than Just Free Content: Motivations of Peer-to-Peer File Sharers«) nakazuje povezavo med recipročnostjo in občutkom skupnosti. Ugotovijo, da poleg brezplačnih zabavnih vsebin kot motivacije za nalaganje in deljenje datotek, obstaja neka etična dolžnost, ki jo posamezniki čutijo ob delitvi datotek preko interneta. Osredotočila se bom na del raziskave, ki obravnava delitev datotek⁶, saj se tam izrazito pojavita norma recipročnosti in občutek skupnosti. Giesler (2006) konceptualizira izmenjevalno omrežje⁷ kot *darilni sistem*: »sistem socialne solidarnosti, temelječ na strukturiranem zaporedju izmenjave daril in socialnih odnosov med uporabniki. Darilni sistem izrablja internalizirane in skoraj univerzalne norme recipročnosti: sistem pravil in dolžnosti, ki gradi kompleksne vzorce dajanja in prejemanja in pomaga ustvariti moralne standarde družbene solidarnosti« (Giesler v Cenite in drugi 2009, 209). Uporabniki so prav zaradi norme recipročnosti delili datoteke, ki so jih naložili oziroma prejeli. Avtor ugotavlja, da je prejetje darila ustvarilo dolžnost povračila – izmenjava daril je tako ustvarila solidarnost v skupnosti, kjer so izmenjevalci datotek izkusili občutek pripadnosti in integracije (Giesler in Pohlmann v Cenite in drugi 2009, 210). Cenite in drugi (2009) opozarjajo, da sta v virtualnih skupnostih, kjer je primarni namen izmenjava datotek, prisotna šibka norma recipročnosti in šibek občutek skupnosti v primerjavi s skupnostmi za komunikacijo, kjer se lahko vzpostavijo močnejše vezi. Ker pa lahko majhno število »delilcev« ponudi datoteke velikemu številu »nalagalcev«, je za delovanje skupnosti zadostna šibka stopnja recipročnosti.

⁶ Angl. »file upload«.

⁷ Angl. »file sharing network«.

Raziskava je bila izvedena z intervjuji med študenti singapurske univerze leta 2007. Približno tretjina od štiridesetih respondentov je kot razlog za delitev datotek navedla dolžnost do skupnosti izmenjevalcev datotek. Ker so prejeli brezplačne zabavne vsebine od drugih članov, so čutili, da bi bilo lepo vrniti uslugo in pustiti drugim, da nalagajo od njih. Recipročnost so omenjali kot nenapisano pravilo, saj naj bi kot član omrežja delil datoteke z drugimi. »Ideja izmenjevalnega omrežja je delitev.« (Cenite in drugi 2009, 214) Izmenjevalci pa niso delili le datotek, ampak so si izmenjavali tudi priporočila in tehnične informacije. Štirinajst respondentov je omenilo občutek virtualne skupnosti, temelječe na deljenju in enakih okusih ter občutek povezanosti med uporabniki, ki imajo enake interese. Tako so lahko sklepali prijateljstva po svetu. Posebej so bili motivirani za deljenje datotek, ki so jim bile všeč, z ostalimi v skupnosti.

3 Raziskovalni okvir

Glede na dejstvo, da je norma recipročnosti razumljena kot ena pomembnejših delov socialnega kapitala, predpostavljam, da se je le-ta, skupaj s socialnim kapitalom, prenesla iz skupnosti iz-oči-v-oči v virtualne skupnosti. Norma recipročnosti skupaj z drugimi normami zagotavlja sam obstoj in delovanje spletnih skupnosti, ustvarja pa tudi družbeno zaupanje⁸ (Putnam v Blanchard in Horan 2005, 5). Zdi se mi pomembno razumeti, kdo (ali kaj) ter kako to normo ustvarja, saj ta vpliva na obstoj vsebine, prostora, razmerij in nenazadnje kulture v spletnih skupnostih. Zato se bom osredotočila na posameznikovo percepcijo norme recipročnosti v forumu, katere zaznavo bom poskušala povezati z identifikacijo posameznika v forumu in demografsko različnostjo posameznikov foruma. Dejavnik *identifikacija* sem izpostavila, ker se v literaturi pogosto pojavljajo pojmi »skupna identiteta«, »pripadnost skupini« in podobni, ki se v osnovi nanašajo na poistovetenje posameznika s skupnostjo, v kateri deluje (kar poimenujem *identifikacija*). Pregled študij in literature kaže, da je identifikacija močno povezana z recipročnostjo. *Diverzitet*o, natančneje, uspešnost zaznave norm s strani »drugačnih« posameznikov v skupnosti, pa sem izbrala, ker je vpliv sestave spletnih skupnosti na njihovo delovanje precej neraziskano področje, vendar po mojem mnenju v prihodnosti zelo uporabno za administratorje spletnih skupnosti. V pričujočem delu naloge predstavim dve raziskovalni hipotezi in njuno argumentacijo ter definicije temeljnih konceptov, ki jih bom raziskovala.

3.1 Hipotezi

H1: *Z večanjem identifikacije posameznega člana s skupnostjo se povečuje recipročnost v spletni skupnosti.*

H2: *Z večanjem diverzitete v spletni skupnosti se zmanjšuje recipročnost v spletni skupnosti.*

3.2 Argumentacija hipotez

V prvi hipotezi opredelim identifikacijo člana z virtualno skupnostjo. »Člani skupnosti si, vsaj do neke stopnje, delijo občutek skupne identitete kot tudi željo ali potrebo po občasnem kolektivnem delovanju.« (Scott in Johnson 2005, 2) V kvalitativni raziskavi o spletnih skupnostih v vsakdanjem življenju (Bakardjieva 2003) se je pokazalo, da sčasoma pri

⁸ Angl. »social trust«.

uporabnikih spletnih skupnosti pride do velikega poistovetenja z drugimi člani skupnosti. Ren in drugi (2007) v svoji raziskavi o skupni identiteti in teoriji povezanosti ugotovijo, da je ena izmed posledic identifikacije s skupino prav generalizirana recipročnost. Na podlagi rezultatov teh dveh raziskav sklepam, da večja identifikacija posameznika z virtualno skupnostjo povečuje število dejanj recipročnosti v tej skupnosti.

Posamezniki s svojimi demografskimi različnostmi ustvarjajo diverziteto v virtualnih skupnostih. V raziskavi o virtualnih skupinah in različnosti posameznikov⁹ se je izkazalo, da določene demografske značilnosti vplivajo na povečanje ali zmanjšanje socialnega kapitala v spletnih skupnostih. V svojem primeru predvidevam, da diverziteta posameznikov v virtualni skupnosti zmanjšuje število dejanj recipročnosti zaradi ugotovitev, da imajo posamezniki raje sebi podobne osebe. Demografske različnosti, ki jih bom raziskovala, so razlike v starosti (različnosti v starosti članov virtualne skupnosti) ter različnost po statusu (oziroma različnost med člani glede na poklic). Demografske različnosti so pogoj, ki oblikuje diverziteto, na tem mestu pa predvidevam, da diverziteta negativno vpliva na dejanja recipročnosti. Bolj si bodo uporabniki med seboj različni, manj bo dejanj recipročnosti.

3.3 Definicije temeljnih pojmov

3.3.1 Recipročnost

Oprla se bom na definicijo generalizirane norme recipročnosti. »Generalizirana recipročnost pomeni stalen, neprekinjen odnos izmenjave, ki je v vsakem trenutku neuravnotežen, vendar vključuje vzajemno pričakovanje, da bo v prihodnosti izmenjava obrnjena.« (Putnam 1993, 172) Putnam trdi, da je princip generalizirane recipročnosti dejanje posameznika za nekega drugega posameznika, ki ne pričakuje takojšnje vrnitve usluge, pa vendar je prepričan, da se mu bo ta usluga sčasoma povrnila, od tega posameznika ali kateregakoli drugega.

3.3.2 Identifikacija

V raziskavi bom govorila o identifikaciji, ki jo Back (v Ren in drugi 2007, 380) definira kot »identity-based attachment«. Po njegovem je zavezanost skupini, ki temelji na identiteti,

⁹ Raziskava Bordie, Hobmanove in Krebsa iz l. 2006 o virtualnih delovnih skupinah in različnosti članov skupin.

prisotna zato, ker ima posameznik rad skupino kot celoto. Ren in drugi (2007, 393) definirajo identifikacijo oziroma skupno identiteto kot zavezanost posameznika k namenu skupnosti.

3.3.3 Diverziteta

Krebs in drugi (2006) diverziteto definirajo kot različnosti članov skupnosti (group member dissimilarity). Individualna demografska različnost ali diverziteta se nanaša na »objektivno merjenje razsežnosti, v kateri je posameznik različen od ostalih članov skupnosti (npr. spol, starost)« (Krebs in drugi 2006, 725).

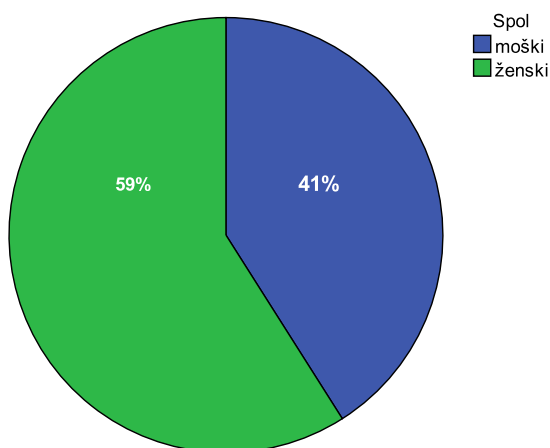
4 Empirična raziskava

V empiričnem delu naloge bom predstavila potek raziskave, oblikovanje indikatorjev in preverjanje njihove zanesljivosti ter ugotovitve skozi rezultate.

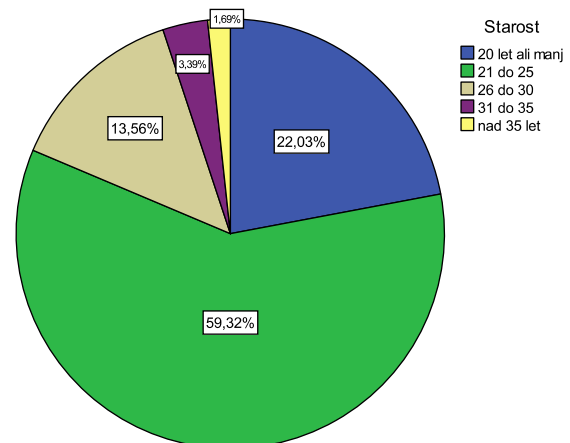
4.1 Vzorec in zbiranje podatkov

Prvi korak empirične raziskave sem izvedla s kvantitativnimi raziskovalnimi postopki, natančneje s spletno anketo na določenem številu tematsko raznolikih spletnih forumov. Za to vrsto spletnih skupnosti sem se odločila zaradi enostavnosti izvedbe in praktičnih omejitev (predvsem čas). Forumi so precej priročen teren za raziskovanje recipročnosti, saj pretežno temeljijo na neke vrste izmenjavi (izmenjava sporočil, mnenj, informacij). Zbiranje podatkov je potekalo prek spletne ankete, na katero so člani foruma dostopili prek hiperpovezave v forumu. Objavo ankete so omogočili administratorji forumov. Za potrebe analize sem pridobila 137 anketiranih, od tega 68 veljavnih odgovorov. Raziskava je potekala teden dni v maju 2009 in je zajemala forum s splošno tematiko, dva foruma s tehnološko in računalniško tematiko ter forum za študijske aktivnosti. Demografsko sestavo vzorca sem predstavila v sledečih grafih:

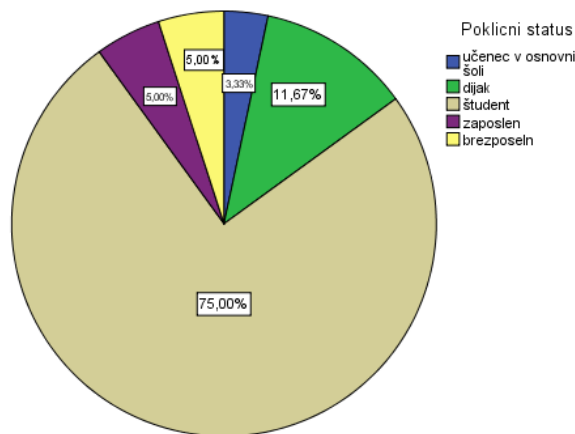
Slika 4.1: Struktura vzorca po spolu



Slika 4.2: Struktura vzorca po starosti



Slika 4.3: Struktura vzorca po statusu oz. poklicu



Ženske so predstavljale večji del anketiranih, in sicer 59% (glej Sliko 4.1). Večina anketiranih je bila starih od 21 do 25 let (59,3%), znaten delež pa so predstavljali tudi najstniki (stari 20 let ali manj) z 22% (glej Sliko 4.2). Po statusu so močno prevladovali študentje (75%) (glej Sliko 4.3). Od vseh anketiranih največ posameznikov uporablja spletno pošto

(93,4%), spletno pomenkovanje (80,3%) in sodeluje na forumih (80,3%), najmanj pa jih piše svoj lasten blog (11,7%) (glej Prilogo A: od Tabele 7.14 do Tabele 7.20).

4.2 Operacionalizacija

4.2.1 Opredelitev enot analize

Populacija, na katero sem se usmerila pri raziskovanju, so uporabniki spletnih skupnosti. Kot enoto raziskave sem določila posameznika, ki je registriran član nekega spletnega foruma. Potrebno je bilo ugotoviti posameznikove demografske značilnosti, kot so spol, starost ter poklic oziroma status. Neodvisni spremenljivki starost in status sem raziskovala za določanje, ali v spletni skupnosti obstaja demografska različnost. Koncepte recipročnost, identifikacija in diverziteta sem merila z indikatorji, katerih zanesljivost sem preverila s faktorsko analizo po posameznih konceptih. Opravila sem faktorsko analizo z metodo glavnih osi in poševno rotacijo. Kjer se je pokazala visoka korelacija med posameznimi faktorji, sem faktorje obdržala in po potrebi sestavila nove dimenzije posameznih pojmov.

4.2.2 Indikatorji po konceptih in preverjanje njihove zanesljivosti

Oblikovala sem operacionalne definicije oziroma indikatorje za pojme *diverziteta*, *identifikacija* in *recipročnost*.

- **Indeks Diverziteta**

V primeru pojma diverziteta sem sestavila spremenljivko iz lastnosti *starost* in *status*. Določanje indeksa *diverziteta* je bilo povzeto po raziskavi Krebsa, Hobmanove in Phrasanta »Virtual Teams and Group Member Dissimilarity«. Vsak tip demografske različnosti je bil izračunan kot razlika med članom foruma in vsemi ostalimi člani foruma na določeni demografski značilnosti. Razliki med posameznikom na določeni demografski spremenljivki in med drugim članom foruma je bila dodeljena vrednost 1, nerazliki pa vrednost 0. Vse različnosti sem nato seštel tako, da je večja vrednost nakazovala, da je član bolj različen od ostalih članov v določeni demografski lastnosti (Krebs in drugi 2006, 728).

Najprej sem z osnovno statistično analizo pregledala, katera skupina posameznikov predstavlja največji del anketirancev. Izkazalo se je, da so to študenti (75% anketirancev v kategoriji status oziroma poklic) (glej Prilogo A: Tabela 7.13) ter posamezniki, stari od 21 do 25 let (59,3% anketirancev v skupini starost) (glej Prilogo A: Tabela 7.12). Tako sem določila vsem študentom ter vsem, ki so stari od 21 do vključno 25 let, vrednost 0. Ostalim, ki niso sodili v ti dve kategoriji, sem določila vrednost 1. Sestavila sem spremenljivko *diverziteta*, kjer večja različnost posameznika od ostalih članov pomeni višjo vrednost¹⁰.

- **Indeks Identifikacija**

Wang in Fesenmaier (2004) določata indekse, s katerimi lahko med drugim merimo stopnjo pripadnosti virtualni skupnosti ali v mojem primeru identifikacijo člana s skupnostjo. Na lestvici vrednosti od 1 do 5 (1–sploh se ne strinjam in 5–močno se strinjam) je anketirani označil, koliko zanj držijo naslednje trditve:

- Q8a: Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.
- Q8b: Ta forum predstavlja del mene.
- Q8c: Sebe vidim kot drugačnega v primerjavi z drugimi člani tega foruma. (rekodirano)
- Q8d: Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.

¹⁰ Izbrala sem enega izmed načinov izračuna diverzitete po Krebsu in drugih. Vrednosti se med seboj seštevajo, kar dodeli članu, ki je bolj različen od ostalih, višjo vrednost. S tem ne želim reči, da je drugačen v psihološkem ali socialnem smislu, vendar le, da se po demografskih značilnostih razlikuje od večine članov skupnosti. Bolj primerno bi bilo vključiti več demografskih spremenljivk, a so si bili anketiranci po demografskih lastnostih tako podobni, da to ni bilo mogoče.

- Q8e: V forumu se počutim zelo domače.
- Q8f: S člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.

Tabela 4.1: Faktorske uteži po indikatorjih, ki merijo identifikacijo

	Faktor	
	1	2
Q8a: Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.	,826	,030
Q8b: Ta forum predstavlja del mene.	,565	,237
Q8d: Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.	-,086	,810
Q8e: V forumu se počutim zelo domače.	,852	-,022
Q8f: S člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.	,227	,594
Q8cR: Sebe vidim drugačnega v primerjavi z ostalimi člani foruma	-,194	,021

Q8c sem rekodirala v Q8cR – Sebe vidim kot drugačnega v primerjavi z ostalimi člani tega foruma. S pregledom dobljenih vrednosti in upoštevanjem vrednosti, večjih od 0,4, sem oblikovala dva nova indeksa - torej dve novi spremenljivki, ki izhajata iz začetnega pojma *identifikacija*.

- **Indeks Dobro počutje**

(Cronbach $\alpha = 0.794$)

- Q8a: Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.
- Q8b: Ta forum predstavlja del mene.
- Q8e: V forumu se počutim zelo domače.

- **Indeks Kolektivnost**

(Cronbach $\alpha = 0.673$)

- Q8d: Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.
- Q8f: S člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.

Faktorska analiza je pokazala, da indikatorji merijo dve dimenziji: dobro počutje posameznika v forumu in občutek kolektivnosti (glej Tabelo 4.1). Sestavljena indeksa sem preverila z velikostjo Cronbachovega koeficienta α . Obe vrednosti koeficienta sta večji od 0,6, zato lahko

trdimo, da sta merska inštrumenta zanesljiva (glej Prilogo A: Tabela 7.4 in 7.5). Prvi faktor (*dobro počutje*) pojasnjuje kar 40,8% variance, drugi (*kolektivnost*) pa 10,4% variance (glej Prilogo A: Tabela 7.7).

- **Indeks Recipročnost**

Odgovoriti si moramo na vprašanje, ali posamezniki mislijo, da so na forumu prisotna močna dejanja pomoči in da obstaja prepričanje, da bo usluga ali pomoč sčasoma povrnjena, ne nujno od iste osebe (generalizirana recipročnost). Po Williamsu (2006) sem povzela glavna vprašanja, ki se dotikajo teme recipročnosti. Williams raziskuje orodja za merjenje socialnega kapitala na spletu (Internet Social Capital Scales) in v sklopu recipročnosti predstavlja indikatorje, kot naprimer: »ljudje si med seboj pomagajo«, »rad pomagam tujcu«, »ne pomagam, če ne dobim ničesar v zameno«, »pripravljen sem posvetiti svoj čas v podporo splošnim aktivnostim skupnosti«. Povzela sem Williamsove indikatorje in jih modificirala glede na dejstvo, da raziskujem generalizirano recipročnost. Anketiranci so resničnost trditev označevali na lestvici od 1 (sploh se ne strinjam), do 5 (močno se strinjam):

- Q7a: Večina ljudi na forumu hoče uveljaviti samo svoje mnenje. (rekodirano)
- Q7b: Kadar komu na forumu pomagam, ne pričakujem vrnitve usluge od iste osebe.
- Q7c: Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.
- Q7d: Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.
- Q7e: Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.
- Q7f: Kadar veliko članov foruma odgovarja v neko temo, tudi sam veliko bolj sodelujem v tej temi.

Tabela 4.2: Faktorske uteži po indikatorjih, ki merijo recipročnost

	Faktor	
	1	2
Q7aR: Večina ljudi na forumu hoče uveljaviti samo svoje mnenje.	,044	,238
Q7b: Kadar komu na forumu pomagam, ne pričakujem vrnitve usluge od iste osebe.	-,336	,153
Q7c: Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.	,852	-,190
Q7d: Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.	,743	,250
Q7e: Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.	,402	,269
Q7f: Kadar veliko članov foruma odgovarja v neko temo, tudi sam veliko bolj sodelujem v tej temi.	,172	-,662

Q7a sem rekodirala v Q7aR – Večina ljudi na forumu hoče samo uveljaviti samo svoje mnenje. V sestavljanju indeksa recipročnost sem upoštevala naslednje indikatorje:

- Q7c: Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.
- Q7d: Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.
- Q7e: Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.

Ugotovila sem, da prvi faktor vsebinsko odraža percepcijo recipročnosti, drugi pa predstavlja akumulacijo odgovorov. Prvemu sestavljenemu indeksu torej ustrezajo vprašanja Q7c, Q7d in Q7e, saj se med sabo najbolj povezujejo (imajo vrednosti, večje od 0,4) (glej Tabela 4.2). Prvi faktor pojasni 26,4% variance, drugi pa 11,5% (glej Tabela 4.3). Ker drugi faktor predstavlja en sam indikator, ga ne bom upoštevala. Osredotočam se na recipročnost, kjer zadostujejo zgornji indikatorji. Sestavljen indeks z imenom *recipročnost* sem preverila s Cronbachovim koeficientom, katerega vrednost je 0,643 (glej Prilogo A: Tabela 7.9). Vrednost, večja od 0,6, pa pomeni, da imamo zanesljiv merski inštrument.

Tabela 4.3: Povprečje, standardni odklon in faktorska utež ustreznih indikatorjev recipročnosti

Indikator	povprečje	std. odklon	faktorska utež
Q7c: Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.	2,07	,922	,852
Q7d: Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.	3,68	,915	,743
Q7e: Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.	3,90	,887	,402
% pojasnjene variance: 26,4			

4.3 Preverjanje hipotez

Najprej sem preverila korelacije med vsemi štirimi spremenljivkami (diverziteta, dobro počutje in kolektivnost kot neodvisne spremenljivke ter recipročnost kot odvisna spremenljivka) s Pearsonovim koeficientom korelacije (glej Tabela 4.4). Zastavljeni model sem preverila z multiplo linearno regresijo (glej Tabela 4.5).

Tabela 4.4: Korelacijska matrika

	recipročnost	dobro počutje	kolektivnost	diverziteta
recipročnost	1			
dobro počutje	0,318*	1		
kolektivnost	0,469**	0,457**	1	
diverziteta	0,047	-0,067	-0,042	1

Iz tabele razberemo, da med spremenljivkama recipročnost in dobro počutje obstaja šibka povezanost, med kolektivnostjo in recipročnostjo pa srednje močna povezanost. Med diverzitetjo in ostalimi spremenljivkami ni statistično značilnih povezav (glej Tabela 4.4).

Tabela 4.5: Linearna regresija za spremenljivke recipročnost, dobro počutje in kolektivnost

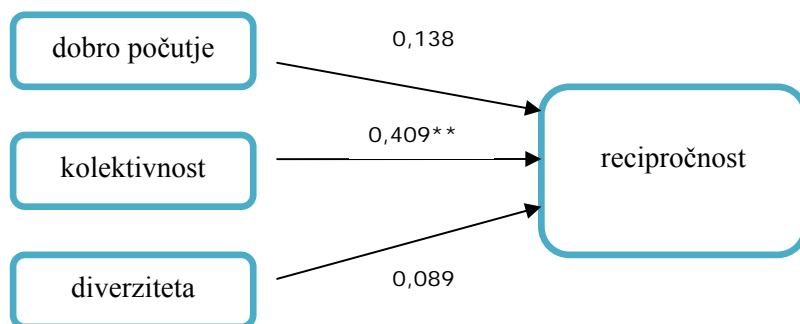
R	R Kvadrat	Prilagojen R Kvadrat	Standardna napaka
,494 ^a	,244	,204	,73615

Tabela 4.6: Preverjanje prileganja modela podatkom z ANOVA testom

Vsota kvadratov	Št. skupin	Povprečje kvadratov	F	Signifikanca
9,974	3	3,325	6,135	,001 ^a

20% recipročnosti lahko pojasnimo z diverziteto člana v forumu, dobrim počutjem posameznika v forumu in njegovim občutkom kolektivnosti (glej Tabela 4.5). Model se statistično značilno prilega podatkom, saj je signifikanca 0,001 (glej Tabela 4.6). Na podlagi zgornjih rezultatov sem sestavila nov model. Vključila sem dobljena indeksa iz skupnega pojma *identifikacija*.

Slika 4.1: Prikaz povezav med teoretskimi pojmi po faktorizaciji



V grafičnem prikazu vrednosti na črtah ustrezajo vrednostim koeficientov beta, oznaka zvezdica (*) pa predstavlja statistično značilnost vrednosti. Puščice predstavljajo smer povezave. Dobro počutje posameznika v forumu šibko vpliva na percepcijo recipročnosti v spletnem forumu. Ta vpliv tudi ni statistično značilen, ker je signifikanca večja od 0,1 (vrednost 0,291). Vendar lahko trdimo, da obstaja pozitivna povezanost med dobrim počutjem posameznika v forumu in recipročnostjo. Po drugi strani pa ima kolektivnost močan pozitiven vpliv na recipročnost (vrednost 0,409) (glej Slika 4.1). Signifikanca je manjša od 0,05 (sig=0,003), kar pomeni, da kolektivnost statistično značilno vpliva na recipročnost.

Diverziteteta šibko, vendar pozitivno vpliva na recipročnost. Vpliv ni statistično značilen (signifikanca 0,4) (glej Prilogo A: Tabela 7.10).

Hipotezo 1 (*identifikacija je pozitivno povezana z recipročnostjo*) sem z dobljenimi merskimi inštrumenti iz faktorске analize razčlenila na dve hipotezi. Oba dejavnika, tako kolektivnost kot dobro počutje, bi torej morala pozitivno vplivati na percepcijo recipročnosti v forumih. Novi hipotezi trdita:

H1a: *Z večanjem dobrega počutja posameznika v forumu se povečuje recipročnost.*

H1b: *Z večanjem občutka kolektivnosti v forumu se povečuje recipročnost.*

Ugotovila sem, da dobro počutje posameznika v forumu šibko vpliva na recipročnost. Če se posamezniki v forumu počutijo domače in uživajo v komunikaciji z drugimi člani, če zase lahko rečejo, da forum predstavlja del njih, potem bo v forumski skupnosti več recipročnih delovanj. Hipotezo *H1a*, da dobro počutje posameznika v forumu pozitivno vpliva na recipročnost, zavrnamo, saj vrednosti niso statistično značilne.

Kolektivnost ima statistično značilen močan vpliv na recipročnost. Z večanjem občutka kolektivnosti v forumu se torej povečuje percepcija recipročnosti. Pripadniki foruma, ki na forumu delujejo kolektivno in si delijo enaka prepričanja in vrednote z drugimi člani foruma, bodo delovali zelo recipročno. Pričakujejo, da jim bodo drugi člani posredovali odgovor, kadar bodo postavili vprašanje in verjamejo, da so ljudje na forumu nasploh pripravljeni pomagati. Člani, ki se v forumu vidijo kot del kolektiva, imajo veliko vlogo pri ohranjanju foruma pri življenju. Hipotezo *H1b* lahko sprejmemo.

Izkazalo se je, da diverziteteta – v nasprotju s pričakovanim – pozitivno vpliva na recipročnost. Hipotezo *H2* zavrnamo, saj smo predvideli, da diverziteteta negativno vpliva na recipročnost. Glede na to, da spletno okolje nudi pogoje za anonimnost, se morda demografsko različni člani lažje vključijo v spletne skupnosti. Zanimivo bi bilo razširiti raziskavo na večje in številčnejše forume, kjer bi dobila več demografsko različnih posameznikov, ali pa na zelo specifične forume, kot so ljubezenski forumi (»on-line dating«), igričarski forumi (za igralce spletnih iger) in podobno.

4.4 Diskusija rezultatov

V nalogi sem poskušala ugotoviti, kakšni morajo biti pogoji v spletni skupnosti za razvoj socialnega kapitala oziroma njegovega najpomembnejšega dela – recipročnosti. Moja glavna predpostavka je bila, da se recipročnost povečuje z večanjem identifikacije posameznika v forumu in zmanjšuje z večjo stopnjo diverzitete članov v forumu. Ugotovila sem, da identifikacija posameznika s skupnostjo pozitivno vpliva na recipročnost. Natančneje, tista identifikacija, ki se dotika podobnih prepričanj in vrednot med člani skupnosti in vera v sposobnost kolektivnega delovanja.

Največja pomanjkljivost naloge se je izkazala pri konceptu diverzitete. Podcenjevala sem vlogo skupnega interesa, ki družni posameznike v skupnosti ne glede na njihove demografske značilnosti. Morda se je izkazalo to, kar so nekateri avtorji že predvideli: da se negativen vpliv zmanjša v anonimnem okolju oziroma takem okolju, kjer demografske značilnosti niso takoj vidne (Bhappu v Krebs in drugi 2006, 726). Zanimarila sem torej učinek anonimnosti, pomemben učinek udejstvovanja na spletu nasploh. Možnost za izboljšanje raziskave bi bila razširitev na več forumov in primerjava forumov med seboj. Možna pa bi bila tudi sprememba v sestavi indikatorja *diverziteta*, saj sem vključila le različnosti v starosti in statusu, ne pa tudi države rojstva in narodnosti.

Na vprašanje, ali se del socialnega kapitala ustvarja tudi v spletnih skupnostih, lahko odgovorim pritrdilno. Tako kot sem predvidela, je za prisotnost recipročnosti najpomembnejše kolektivno delovanje oziroma občutek kolektivnosti, biti del nečesa večjega. Velika prednost spletnih skupnosti pred skupnostmi iz-oči-v-oči torej ostaja v tem, da so ovire za vstop in delovanje v skupnosti bistveno manjše. Zato menim, da je indentifikacija posameznika s skupnostjo toliko bolj verjetna v virtualnih skupnostih. Z upoštevanjem mnenj Scotta in Johnsona (2005) bi v nadaljevanju lahko raziskala še povezavo med anonimnostjo in recipročnostjo, saj pravita, da je »druga najpomembnejša razlika med geografskimi in spletnimi skupnostmi potencial za anonimnost in osebna identifikacija«.

5 Zaključek

»Dokler zavračamo razprave o vrstah tehnologij, s katerimi in pod katerimi bomo živeli, postanemo sužnji lastnih produktov in njihovih implikacij.« (Mitcham 1999, 133) Da bi tehnologija služila človeštvu, in ne obratno, je potrebno vzpostaviti učinkovit in odziven regulatorni aparat. Odkar je življenjski cikel inovacij vedno krajši, potrebujemo strokovnjake in organe odločanja, da vzpostavijo pravično in zmerno uporabo socialnih orodij, kot je IKT. Kolektivno delovanje, demokratična participacija, socialna povezanost in družbene aktivnosti, ki so ogrodje socialnega kapitala, se ustvarjajo v spletnih skupnostih. V nalogi sem izpostavila kompleksen pojav, pojav socialnega kapitala na spletu, ki bi ga z uspešno preučitvijo in učinkovito regulacijo lahko uporabili sebi v prid. Ugotovila sem, da občutek kolektivnosti in pripadnosti, ki je delec in gradnik socialnega kapitala, obstaja v spletnih forumih. Predvidevam, da se bo v prihodnosti pokazala velika potreba po statističnih raziskavah v spletnih skupnostih in po proučevanju spletnih skupnosti zaradi vedno hitrejšega razvoja spletnega trženja in demokratičnega potenciala elektronske javne sfere.

»Če bo internet postal pomemben faktor v raziskovanju socialnega kapitala, mora biti konceptualiziran z večjo mero previdnosti. Raziskovalci ponavadi poenostavljajo internet s tem, ko se osredotočijo le na ure rabe in ne na vzorce rabe.« (Shah v Best in Krueger 2006, 399) V raziskavi sem zajela le majhen del tega, kar se dogaja v spletnih skupnostih ter ga poskušala opredeliti in preučiti. Pri raziskovanju socialnega kapitala se je treba osredotočiti na posameznika, saj so nameni, zakaj se sploh udeležati v spletnih skupnostih, zelo raznoliki. Če bi morala narediti naslednji korak v raziskovanju spletnih skupnosti, bi se odločila za raziskovanje spletnih strani za socialno mreženje. Menim, da pri teh vrstah spletnih skupnosti ni prisoten skupen interes, ki se omenja kot temelj spletnih skupnosti. Tako se podre koncept skupine in se ustvari mreža, ki ima drugačne lastnosti kot klasična spletna skupnost. Zanimivo bi bilo izvedeti, kaj posameznika privede v članstvo v taki skupnosti, če skupni interes odpove. Še več, morda se podre tudi koncept članstva, ki se vedno bolj zamenjuje s potrebo obstoja na spletu. Spletni prostori se dotikajo ne le socioloških, temveč tudi psiholoških tem. Za raziskovalce tako postaja zanimivo vprašanje, ali se bo razvoj virtualnih skupnosti sčasoma znašel v slepi ulici ali pa se bo razvil do take mere, da bodo spletne skupnosti postale ključni element oblikovanja posameznikove identitete in človeških odnosov. Največji izziv v tem trenutku je uporabiti tehnologijo človeštvu v prid; tako, da nam

bo pomagala prebroditi številne globalne, lokalne in regionalne probleme, ki ogrožajo kvaliteto življenja (Tonn 1999).

6 Literatura

- Arnold, Michael. 2003. Intranets, Community and Social Capital: The Case of Williams Bay. *Bulletin of Science Technology Society* 23 (2): 78–87. Dostopno prek: <http://bst.sagepub.com/cgi/content/abstract/23/2/78> (17. avgust 2009).
- Bakardjieva, Maria. 2003. Virtual togetherness: an everyday-life perspective. *Media, Culture & Society* (25): 291–313. Dostopno prek: <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/25/3/291> (24. november 2008).
- Best, Samuel J. in Brian S. Krueger. 2006. Online Interactions and Social Capital: Distinguishing between New and Existing Ties. *Social Science Computer Review* 24 (4): 395–409.
- Blanchard, Anita L. in Tom Horan. 1998. Social Capital and Virtual Communities. *Social Science Computer Review* 16 (3): 293–307.
- Boggs, Carl. 2001. Social Capital and Political Fantasy: Robert Putnam's "Bowling Alone". *Theory and Society* 30 (2): 281–297.
- Cenite, Mark, Michelle Wanzheng Wang, Chong Peiwen in Germaine Shimin Chan. 2009. More Than Just Free Content: Motivations of Peer-to-Peer File Sharers. *Journal of Communication Inquiry* 33 (3): 206–221. Dostopno prek: <http://jci.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/3/206> (17. avgust 2009).
- Franzen, Axel. 2000. Does the Internet Make Us Lonely? *European Sociological Review* (16): 427–438. Dostopno prek: <http://esr.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/16/4/427> (17. avgust 2009).
- Gouldner, Alvin W. 1960. The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review* 25 (2): 161–178. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/2092623> (8. avgust 2009).

- Jones, Steven G. 1995. *Understanding Community in the Information Age. CyberSociety : Computer-Mediated Communication and Community*. London: Sage.
- Krebs, Scott A., Elizabeth V. Hobman in Phrasant Bordia. 2006. Virtual Teams and Group Member Dissimilarity. Consequences for the Development of Trust. *Small Group Research* 37 (6): 721–741. Dostopno prek: <http://sgr.sagepub.com/cgi/content/abstract/37/6/721> (1. december 2008).
- MacCormack, Geoffrey. 1976. Reciprocity. *Man* 11 (1): 89–103. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/2800390> (8. avgust 2009).
- Mayer, Paul A. 1999. *Computer mediated communication: A reader*. Oxford, Oxford University Press.
- Mitcham, Carl. 1999. Why Science, Technology and Society Studies? *Bulletin of Science Technology Society* (19): 128–134. Dostopno prek: <http://bst.sagepub.com/cgi/content/abstract/19/2/128> (23. maj 2009).
- Moyer, Reed. 1970. Reciprocity: Retrospect and Prospect. *The Journal of Marketing* 34 (4): 47–54. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/1250711> (8. avgust 2009).
- Oblak, Tanja. 2000. Mitske podobe o »življenju na mreži«: od poljubnih identitet do izgubljenih skupnosti v kibernetnem prostoru. *Teorija in praksa* 37 (6): 1052–1068.
- Postmes, Tom in Suzanne Brunsting. 2002. Collective Action in the Age of the Internet: Mass Communication and Online Mobilization. *Social Science Computer Review* 20 (3): 290–301. Dostopno prek: <http://ssc.sagepub.com/cgi/content/abstract/20/3/290> (1. december 2008).
- Prujit, Hans. 2002. Social Capital and the Equalizing Potential of the Internet. *Social Science Computer Review* 20 (2): 109–115. Dostopno prek: <http://ssc.sagepub.com/cgi/content/abstract/20/2/109> (29. julij 2009).

- Putnam, Robert D. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- ——— 2000. *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York City: Simon and Schuster.
- Rehm, Marsha L. 2000. An Aesthetic Approach to Virtual Community. *Family and Consumer Sciences Research Journal* 29 (2): 153–172. Dostopno prek: <http://fcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/29/2/153> (24. november 2008).
- Ren, Yuquing, Robert Kraut in Sara Kiesler. 2007. Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities. *Organization Studies* 28 (3): 377–408. Dostopno prek: <http://oss.sagepub.com/cgi/content/abstract/28/3/377> (1. december 2008).
- Scott, James K. in Thomas G. Johnson. 2005. Bowling Alone but Online Together: Social Capital in E-Communities. *The Journal of the Community Development Society* 36 (1): 1–18.
- Siisiäinen, Martti. 2000. Two Concepts of Social Capital: Bordieu vs. Putnam. *International Journal of Contemporary Society*. Dostopno prek: <http://www.istr.org/conferences/dublin/workingpapers/siisiainen.pdf> (23. maj 2009).
- Slevin, James. 2000. *The Internet and Society*. Cambridge: Polity.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel in Alice Tomic. 2004. *Computer mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London: Sage.
- Tonn, Bruce E. 1999. Global Society and Information Technology: Social Science Challenges in the 21st Century. *Social Science Computer Review* (14): 78-80. Dostopno prek: <http://ssc.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/cgi/content/abstract/14/1/78> (23. maj 2009).

- Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York City: Simon and Schuster.
- Wang, Youcheng in Daniel Fesenmaier. 2004. Modelling Participation in an Online Travel Community. *Journal of Travel Research* (42): 261-270.
- Wellman, Barry, Anabel Quan Haase, James Witte in Keith Hampton. 2001. Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist* 45 (3): 436-455. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/45/3/436> (29. julij 2009).
- Williams, Dmitri. 2006. On and Off the 'Net': Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer-mediated Communication* 11 (2): 593-628. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html> (21. julij 2009).
- Yzer, Marco C. in Brian G. Southwell. 2008. New Communication Technologies, Old Questions. *American Behavioral Scientist* 52 (1): 8-20. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/52/1/8> (17. avgust 2009).

7 Priloge

Priloga A: Računalniški izpisi iz programa SPSS

Tabela 7.1: Komunalitete za spremenljivko *identifikacija*

Communalities		
	Initial	Extraction
Q8a - Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.	,556	,704
Q8b - Ta forum predstavlja del mene.	,480	,495
Q8d - Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.	,310	,601
Q8e - V forumu se počutim zelo domače.	,557	,709
Q8f - S Člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.	,402	,524
Q8cR - Sebe vidim drugačnega v primerjavi z ostalimi člani foruma	,152	,035

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Tabela 7.2: Delež pojasnjene variance po posameznih faktorjih za spremenljivko *identifikacija*

Total Variance Explained							
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,838	47,295	47,295	2,446	40,763	40,763	2,215
2	1,079	17,988	65,283	,622	10,370	51,134	1,610
3	,970	16,170	81,453				
4	,477	7,950	89,403				
5	,344	5,731	95,134				
6	,292	4,866	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Tabela 7.3: Matrika uteži za spremenljivko *identifikacija*

Pattern Matrix^a

	Factor	
	1	2
Q8a - Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.	,826	,030
Q8b - Ta forum predstavlja del mene.	,565	,237
Q8d - Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.	-,086	,810
Q8e - V forumu se počutim zelo domače.	,852	-,022
Q8f - S člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.	,227	,594
Q8cR - Sebe vidim drugačnega v primerjavi z ostalimi člani foruma	-,194	,021

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser

Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Tabela 7.4: Cronbachov alfa koeficient za spremenljivko *dobro počutje*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	3

Tabela 7.5: Cronbachov alfa koeficient za spremenljivko *kolektivnost*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,673	2

Tabela 7.6: Komunalitete za spremenljivko *recipročnost*

Communalities		
	Initial	Extraction
Q7b – Kadar komu na forumu pomagam, ne pričakujem vrnitve usluge od iste osebe.	,049	,059
Q7c - Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.	,114	,133
Q7d - Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.	,450	,750
Q7e - Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.	,412	,627
Q7f - Kadar veliko članov foruma odgovarja v neko temo, tudi sam veliko bolj sodelujem v tej temi.	,191	,242
Q7aR - Večina ljudi na forumu hoče uveljaviti samo svoje mnenje.	,163	,460

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Tabela 7.7: Delež pojasnjene variance po posameznih faktorjih za spremenljivko *recipročnost*

Total Variance Explained							
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,009	33,483	33,483	1,583	26,391	26,391	1,583
2	1,312	21,862	55,345	,688	11,468	37,859	,689
3	,939	15,653	70,999				
4	,811	13,524	84,523				
5	,576	9,608	94,131				
6	,352	5,869	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Tabela 7.8: Matrika uteži za spremenljivko *recipročnost*

Pattern Matrix^a

	Factor	
	1	2
Q7aR - Večina ljudi na forumu hoče uveljaviti samo svoje mnenje.	,044	,238
Q7b – Kadar komu na forumu pomagam, ne pričakujem vrnitve usluge od iste osebe.	-,336	,153
Q7c - Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.	,852	-,190
Q7d - Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.	,743	,250
Q7e - Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.	,402	,269
Q7f - Kadar veliko članov foruma odgovarja v neko temo, tudi sam veliko bolj sodelujem v tej temi.	,172	-,662

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser

Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Tabela 7.9: Cronbachov alfa koeficient za spremenljivko *recipročnost*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,643	3

Tabela 7.10: Koeficienti regeresijske analize

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,193	,354		6,195	,000
kolektivnost	,328	,104	,409	3,163	,003
dobro_pocutje	,116	,109	,138	1,067	,291
diverziteta	,085	,100	,098	,848	,400

a. Dependent Variable: reciprocnost

Tabela 7.11: Sestava anketirancev po spolu

Spol

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid moški	25	18,2	41,0	41,0
ženski	36	26,3	59,0	100,0
Total	61	44,5	100,0	
Missing System	76	55,5		
Total	137	100,0		

Tabela 7.12: Sestava anketirancev po starosti

starost_kategorije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20 let ali manj	13	9,5	22,0	22,0
21 do 25	35	25,5	59,3	81,4
26 do 30	8	5,8	13,6	94,9
31 do 35	2	1,5	3,4	98,3
nad 35 let	1	,7	1,7	100,0
Total	59	43,1	100,0	
Missing System	78	56,9		
Total	137	100,0		

Tabela 7.13: Sestava anketirancev po statusu

Zaupajte nam vaš poklicni status. Ali ste..

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	učenec v osnovni šoli	2	1,5	3,3	3,3
	dijak	7	5,1	11,7	15,0
	študent	45	32,8	75,0	90,0
	zaposlen	3	2,2	5,0	95,0
	brezposeln	3	2,2	5,0	100,0
	Total	60	43,8	100,0	
Missing	0	76	55,5		
	ne želim odgovoriti	1	,7		
	Total	77	56,2		
Total		137	100,0		

Tabela 7.14: Uporaba spletne pošte med anketiranci

Spletna pošta (gmail, yahoo, hotmail, ipd.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	da	128	93,4	100,0	100,0
Missing	Ni izbrano	9	6,6		
Total		137	100,0		

Tabela 7.15: Uporaba spletnega pomenkovanja med anketiranci

Spletno pomenkovanje (msn messenger, yahoo messenger, irc, ipd.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	da	110	80,3	100,0	100,0
Missing	Ni izbrano	27	19,7		
Total		137	100,0		

Tabela 7.16: Uporaba spletne telefonije med anketiranci

Spletna telefonija (npr. skype)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	da	36	26,3	100,0	100,0
Missing	Ni izbrano	101	73,7		
Total		137	100,0		

Tabela 7.17: Odgovarjanje na spletne ankete med anketiranci

Odgovarjanje na spletne ankete

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid da	98	71,5	100,0	100,0
Missing Ni izbrano	39	28,5		
Total	137	100,0		

Tabela 7.18: Uporaba spletnih forumov med anketiranci

Sodelovanje na različnih forumih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid da	110	80,3	100,0	100,0
Missing Ni izbrano	27	19,7		
Total	137	100,0		

Tabela 7.19: Pisanje blogov med anketiranci

Pisanje bloga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid da	16	11,7	100,0	100,0
Missing Ni izbrano	121	88,3		
Total	137	100,0		

Tabela 7.20: Kupovanje preko spleta med anketiranci

Kupovanje preko spleta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid da	99	72,3	100,0	100,0
Missing Ni izbrano	38	27,7		
Total	137	100,0		

Priloga B: Vprašalnik spletne ankete

Draga obiskovalka, dragi obiskovalec spletne ankete!

Smo študentje 4. letnika na Fakulteti za družbene vede. V okviru predmeta Raziskovalni seminar opravljamo raziskavo o odnosih v spletnih forumih. Prosimo vas, da na anketo odgovorite v celoti, saj nam bodo vaši odgovori pomagali pri nadaljnji analizi.

Anketa je anonimna, reševanje vprašalnika pa vam bo vzelo približno 10 minut.

Želim vam prijetno reševanje spletnega vprašalnika in se vam obenem zahvaljujemo za vaše odgovore.

V kolikor ste se odločili za sodelovanje, nadaljujte na vprašalnik s klikom na gumb »Naprej«.
Lena, Luka, Ina, Jelena, Katja

Najprej vam bomo postavili nekaj vprašanj o uporabi interneta.

1. Ali uporabljate oziroma se poslužujete naslednjih spletnih orodij in servisov:

Možnih je več odgovorov.

- a) Spletno pošto (gmail, yahoo, hotmail, ipd.)
- b) Spletno pomenkovanje (msn messenger, yahoo messenger, irc, ipd.)
- c) Spletno telefonijo (na primer skype)
- d) Odgovarjate na spletne ankete
- e) Sodelujete na različnih forumih
- f) Pišete svoj blog
- g) Kupujete preko spleta

2. Ali ste registrirani član tega ali kakšnega drugega foruma?

Označite en odgovor.

- a) Da → vpr. 2a
- b) Ne → politični sklop (vprašanje 14)

2a. Ali ste registriran član kakega političnega spletnega foruma?

- Da
- Ne → 2b

2b. Ali ste že kdaj razmišljali, da bi politično mnenje podali v kakem političnem forumu?

- Da, enkrat
- Da, že nekajkrat
- Nikoli

3. Kako pogosto pišete sporočila na forumu?

Označite en odgovor.

- a) Dnevno
- b) Tedensko
- c) Mesečno
- d) Nikoli

4. Če pomislite na vaše razprave na forumu ali poveste vaš pravi..

Možnih je več odgovorov.

- a) e-mail naslov
- b) Ime
- c) Priimek
- d) Naslov bivališča
- e) Spol
- f) Starost/ rojstni datum
- g) Telefonska številka
- h) Pseudonim, izpeljan iz imena ali kraja bivanja
- i) Ime na AIM, identiteto na ICQ, MSN naslov, Yahoo naslov, Skype ipd.:
- j) Povezavo na spletno stran ali blog (ki pripada TEJ osebi!)
- k) Povezava na Facebook/Myspace/LastFm/Twitter ali katerikoli drug profil
- l) Osebna fotografija v avatarju, iz katere je delno prepoznaven obraz
- m) Osebna fotografija v avatarju, iz katere je jasno prepoznaven obraz
- n) Drugo: _____

5. Koliko udeležencev na forumu po vašem mnenju:

	Nihče	Redki	Večina	Vsi
Pove svoje pravo ime, če ga nekdo vpraša po njem.				
Ne želi pokazati svoje slike.				
Se pretvarja, da je nasprotnega spola.				
Pove svojo pravo starost, če nekoga zanima.				
Ne izda svojega stalnega bivališča.				

6. Prosimo vas, da se osredotočite na forum, v katerem sodelujete. Za vsako od navedenih trditev ocenite, v kolikšni meri velja za vas.

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 sploh se ne strinjam	2	3	4	5 – popolnoma se strinjam
Med člani foruma je nizka stopnja zaupanja.					
Ponavadi ne verjamem to, kar pišejo ostali udeleženci foruma.					
Verjamem, da člani foruma vedno radi pomagajo oziroma dajejo nasvete, kadar nekdo drug prosi za pomoč/nasvet.					
Kadar se znajdem v težavah, pogosto prosim za pomoč znance, ki jih poznam na forumu.					
Kadar komu na forumu zaupamo, iščemo težave.					

7. V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami?

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 sploh se ne strinjam	2	3	4	5 – popolnoma se strinjam
Večina ljudi na forumu hoče uveljaviti samo svoje mnenje.					
Kadar komu na forumu pomagam, ne pričakujem vrnitve usluge od iste osebe.					
Ko v neki temi zastavim vprašanje in nanj dobim odgovor, se v to temo ne vračam več.					
Na forumu je veliko ljudi, ki mi je pripravljenih pomagati, kadar imam neko vprašanje.					
Pričakujem, da bom v forumski temi prej ali slej dobil odgovor na svoje vprašanje.					
Kadar veliko članov foruma odgovarja v neko temo, tudi sam veliko bolj sodelujem v tej temi.					

8. Sledi nekaj trditev, ki se nanašajo na vaše sodelovanje z uporabniki tega foruma. Ocenite, v kolikšni meri se strinjate s spodaj navedenimi trditvami.

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 sploh se ne strinjam	2	3	4	5 – popolnoma se strinjam
Uživam v komunikaciji s člani tega foruma.					
Ta forum predstavlja del mene.					
Sebe vidim kot drugačnega v primerjavi z drugimi člani tega foruma.					
Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.					
V forumu se počutim zelo domače.					
S člani foruma skupaj rešujemo dileme, katerih posameznik sam ne bi mogel rešiti.					

9. Sledi nekaj trditev, ki se nanašajo na vaše predstavljanje na forumu, v katerem najpogosteje sodelujete. Ocenite, v kolikšni meri se strinjate s spodaj navedenimi trditvami.

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 - sploh se ne strinjam	2	3	4	5 – popolnoma se strinjam
Moji občutki in čustva, ki jih izražam do oseb na forumu so vedno takšna, kot jih resnično dojemam.					
Ko se opisujem osebam na forumu, nisem vedno iskren/a.					
Z osebami na forumu redko govorim o sebi.					
V pogovorih odkrito povem, kdo v resnici sem.					
Z osebami na forumu pogosto govorim o svojih čustvih.					
Z osebami na forumu redko govorim o svojih prepričanjih in mnenjih.					
Imam potrebo po razpravljanju o svojih občutkih.					
Želim si, da bi pogosteje izražal svoja osebna prepričanja in mnenja					
Zelo redko čutim potrebo, da o sebi govorim iskreno.					
Veliko stvari o sebi raje zadržim zase.					

10. V kolikšni meri držijo spodnje trditve za vaše vedenje v forumu, v katerem najpogosteje sodelujete?

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 - Sploh se ne strinjam	2	3	4	5 - Popolnoma se strinjam
Nekateri člani foruma drugim odrekajo svobodo govora.					
Nekateri člani foruma v svojih prispevkih grozijo drugim članom.					
Na forumu ljudje izražajo sovražnost do drugih narodov.					
Ljudje druge rase so pogosto tarča sovražnega govora.					
Člani foruma s svojim pisanjem kršijo osebno pravico drugih članov.					

11. V kolikšni meri pa držijo spodnje trditve za ta forum?

V vsaki vrstici označite en odgovor, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

	1 - Sploh se ne strinjam	2	3	4	5 - Popolnoma se strinjam
Preden sem postal/a član/ica tega foruma, sem si prebral/a forumska pravila.					
V forumu sicer so napisana pravila, a se jih nihče ne drži.					
Na forumu se je potrebno držati določenih nenapisanih pravil.					
V forumu so moderatorji, ki kaznujejo ali izločajo uporabnike, ki se ne držijo pravil.					
Žaljiva in neprimerna sporočila moderatorji izbrišejo ali cenzurirajo.					
Člani foruma v svojih sporočilih opozorijo kršitelja na njegovo kršitev.					
Ignoriram prispevke drugih članov foruma, če z njim pokaže neprimerno vedenje.					

12. **V kolikšni meri naslednje trditve veljajo za vas?** Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni »sploh ne velja«, 5 pa »popolnoma velja«.

	1 - Sploh ne velja	2	3	4	5 - Popolnoma velja
Celotno gledano sem zadovoljen sam s sabo.					
Včasih se mi zdi, da nisem za nič dober.					
Imam veliko dobrih lastnosti.					
Nimam veliko stvari na katere bi lahko bil ponosen.					
Včasih se počutim neuporabnega.					
Čutim, da sem vreden vsaj toliko kot ostali ljudje.					
Želim si, da bi imel več spoštovanja do samega sebe.					
Do sebe imam pozitiven odnos.					

13. V kolikšni meri pa držijo spodnje trditve za uporabnike tega foruma?

	1 - Sploh se ne strinjam	2	3	4	5 - Popolnoma se strinjam
Člani tega foruma imamo višji nivo komuniciranja kot člani drugih forumov.					
Člani tega foruma imajo več pozitivnih lastnosti kot uporabniki drugih forumov.					
Člani drugih forumov so manj sposobni kot od članov tega foruma.					
Vzdušje na tem forumu je boljše kot pa na drugih forumih.					
Odnosi med člani tega foruma so boljši kot na drugih forumih.					

Člani tega foruma so med seboj bolj povezani kot pa člani drugih forumov.					
Ta forum je boljši od ostalih.					

POLITIČNA UČINKOVITOST

14. Ali ste registriran član tudi kakega političnega spletnega foruma?

- Da
- Ne → 2b

15. Ali ste že kdaj razmišljali, da bi politično mnenje podali v kakem političnem forumu?

- Da, enkrat
- Da, že nekajkrat
- Nikoli

16. Kako pogosto uporabljate internet za:

	Nikoli	Občasno	Mesečno	Tedensko	Dnevno
Branje političnih novic v spletnih časopisih, revijah (24ur. com, Siol. Net, delo. Si, itd)					
Pisanje komentarjev k političnim novicam spletnih časopisov, revij (24ur. com, Siol. Net, delo. Si, itd)					
Branje ali pisanje političnih blogov z aktualno politično vsebino					
Obiskovanje spletnih strani političnih strank					
Neposredno komuniciranje (MSN, G-Talk, itd) za razpravljanje o političnih temah					

17. Prosim, ocenite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami:

	1- sploh se ne strinjam	2	3	4	5- popolnoma se strinjam
Politike in državne predstavnike ne zanima moje osebno mnenje o njihovem delovanju.					
V ozadju delovanja politikov so vedno njihovi osebni interesi.					
Nisem toliko prepričan v svoje politično znanje, da bi lahko prosto podal politično mnenje v spletnih političnih debatah z drugimi ljudmi.					
V primerjavi z drugimi ljudmi, zadovoljivo stopnjo znanja o politiki in vladi.					
Razumem ozadje aktualni političnih vprašanj.					

Z izražanjem svojega političnega mnenja preko interneta, lahko vplivamo na delovanje politike.					
V naši državi smo državljani tisti, ki na pravičnih volitvah odločamo o tem, kdo bo vodil državo.					
V naši državi politiki upoštevajo voljo državljanov.					
Če politiki ne želijo slišati/ upoštevati mnenja državljanov, ni nobenega načina, da jih v to prisilimo.					
Z rednim spremljanjem spletnih medijev ostajam na tekočem z dogajanjem v politični sferi.					

18. Sledi še nekaj kviz vprašanj

Kdo je predsednik Francije?

- Silvio Berlusconi
- Nicolas Sarkozy
- Jacques Chirac

19. Predsednik katere vlade je bil dr. Janez Drnovšek?

- Prve (1990- 1992)
- Tretje (1993- 1997)
- Šeste (2000)

20. Katero politično funkcijo opravlja Karl Viktor Erjavec?

- Minister za okolje in prostor
- Minister za promet
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

21. Vsake koliko let so razpisane predsedniške volitve v Sloveniji?

- 4 leta
- 5 let
- 6 let

22. Koliko poslancev ima Slovenija v Evropskem parlamentu?

- 5
- 7
- 12

DEMOGRAFIJA:

Za konec nam prosim zaupajte še nekaj demografskih vprašanj.

D1. Spol

Označite en odgovor.

- a) Moški
- b) Ženski

D2. Leto rojstva _____

D3. Navedite zadnjo šolo, ki ste jo končali redno ali izredno:

Označite en odgovor.

- a) nedokončana ali dokončana osnovna šola
- b) dveletna ali triletna poklicna srednja šola
- c) štiriletna ali petletna srednja šola
- d) višja šola, visoka šola, univerzitetna izobrazba ali več
- e) ne želim odgovoriti

D4. Zaupajte nam še vaš poklicni status. Ali ste..

Označite en odgovor.

- a) učenec v osnovni šoli
- b) dijak v srednji šoli
- c) študent
- d) zaposlen
- e) brezposeln
- f) upokojen
- g) ne želim odgovoriti
- h) Drugo _____

D5. Rojen/a sem v:

- a) Sloveniji
- b) Drugo _____

D6. Po narodnosti sem:

- a) Slovenec/Slovenka
- b) Drugo _____

Najlepša hvala za sodelovanje v anketi!