

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Saša Burnić

Vpliv anonimnosti, odgovornosti in medosebnega zaupanja na idealizirano samopredstavitev posameznika na spletnih forumih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Saša Burnić
Mentor: doc. dr. Gregor Petrič

Vpliv anonimnosti, odgovornosti in medosebnega zaupanja na idealizirano samopredstavitev posameznika na spletnih forumih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Zahvala

Zahvaljujem se svojemu mentorju dr. Gregorju Petriču za vse nasvete in napotke pri pisanju diplomskega dela. Ker je diplomsko delo deloma nastajalo tudi v okviru predmeta Teorije informacijske družbe, gre zahvala tudi izr. prof. dr. Tanji Oblak Črnič in asist. Andražu Petrovčiču za vse idejne vzpodbude pri pisanju teoretičnega dela. Nenazadnje bi se rada zahvalila tudi vsem tistim, ki so mi vedno stali ob strani.

Vpliv anonimnosti, odgovornosti in medosebnega zaupanja na idealizirano samo-predstavitev posameznika na spletnih forumih

Identifikacija posameznika je ključen element pri vzpostavljanju interakcij in oblikovanju odnosov med posamezniki. Svetovni splet, ki je danes postal eden pomembnejših družbenih okolij, ponuja posamezniku zaradi svoje narave možnost zakoličenja identitete. Ker je za spletni prostor značilna odsotnost fizičnih znakov, temu pogojena anonimnost ima vsak posameznik možnost preoblikovanja svoje identitete za potrebe novega okolja in s tem pridobivanja pozitivne samo-podobe.

To diplomsko delo bo skušalo odgovoriti na vprašanje kako specifikke računalniško posredovanega komuniciranja vplivajo na posameznikovo idealizirano samo-predstavljanje na spletnih forumih. Poleg anonimnosti, ki posamezniku omogoča oblikovanje idealizirane samo-predstavitve, bomo skozi teoretičen del nakazali, da na le-to vpliva tudi posameznikov občutek odgovornosti in medosebno zaupanje med uporabniki, domneve pa bomo preverjali v zadnjem – empiričnem delu diplomskega dela.

Ključne besede: idealizirana samo-predstavitev, anonimnost, odgovornost, medosebno zaupanje, računalniško posredovano komuniciranje

The influence of anonymity, individual responsibility and mutual trust on the individual idealized self-presentation in the online forums

Identification of individuals is a key element in building a relationship and interaction between individuals. Identification of individuals is a key element in building a relationship and interaction between individuals. World Wide Web, which today has become a major social environment, offers individuals because of their nature, the option of marking out their character's identity. As is typical for the Web space the absence of physical signs, this conditional anonymity, each individual has a possibility to change their identity for the new environment, thereby obtaining a positive self-image.

This study will attempt to answer the question of how the specifics of the computer-mediated communication affects the formation of idealized self-presentation of the individual on online forums. In addition to anonymity, which allows the creation of individual idealized self-presentation, we will through the theoretical part suggest that on this also affect individuals' sense of responsibility and mutual trust among users, which we examine in last – empirical part of this study.

Key words: idealized self-presentation, anonymity, responsibility, mutual trust, computer-mediated communication

Kazalo vsebine

1 Uvod.....	8
2 Računalniško posredovano komuniciranje.....	9
3 Idealizirana samo-predstavitev v spletnem okolju.....	10
4 Dejavniki, ki vplivajo na oblikovanje idealizirane samo-predstavitve skozi oči teorije delovanja.....	13
4.1 Anonimnost, medosebno zaupanje in odgovornost v računalniško posredovanem komuniciranju.....	14
4.1.1 Anonimnost posameznika v spletnem okolju.....	14
4.1.2 Medosebno zaupanje posameznikov v spletnem okolju.....	16
4.1.3 Odgovornost posameznika v spletnem okolju.....	20
5 Raziskovalni okvir proučevanja vpliva anonimnosti, medosebnega zaupanja in odgovornosti na idealizirano samo-predstavitev posameznika v spletnem okolju.....	22
5.1 Predmet proučevanja in hipoteze.....	22
5.1.1 Model teoretskih pojmov in opredelitev relacij med njimi z argumentacijo relacij.....	23
5.2 Operacionalizacija.....	25
5.3 Zbiranje podatkov in opis vzorca.....	28
5.4 Analize in rezultati.....	32
5.4.1 Preverjanje kvalitete merskih inštrumentov.....	32
5.4.2 Preverjanje korelacij med spremenljivkami s pomočjo bivariatne analize.....	41
5.4.3 Preverjanje hipotez s pomočjo regresijske analize.....	43
6 Zaključek.....	45
7 Literatura.....	47
8 Prilogi.....	52
Priloga A: Vprašalnik spletne ankete.....	52
Priloga B: Izpisi iz SPSS-a.....	55

Kazalo tabel

Tabela 5.1: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo zaznano stopnjo anonimnosti	32
Tabela 5.2: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo zaznano stopnjo odgovornosti.....	33
Tabela 5.3: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje	34
Tabela 5.4: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo idealizirano samo-predstavitev	35
Tabela 5.5: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo anonimnosti.....	36
Tabela 5.6: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje.....	37
Tabela 5.7: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje po izključitvi slabih indikatorjev.....	38
Tabela 5.8: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo zaznane odgovornosti.....	39
Tabela 5.9: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo idealizirane samo-predstavitev.....	40
Tabela 5.10: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo idealizirane samo-predstavitev po izključitvi slabih indikatorjev	40
Tabela 5.11: Pearsonov koeficient korelacije med sestavljenimi spremenljivkami.....	42
Tabela 5.12: Regresijski model za odvisno spremenljivko idealizirana samo-predstavitev in neodvisne spremenljivke anonimnost, odgovornost in nezaupanje.	43
Tabela 5.13: Regresijski model za odvisno spremenljivko nezaupanje in neodvisni spremenljivki odgovornost in anonimnost.	44
Tabela 5.14: Regresijski model za odvisno spremenljivko odgovornost in neodvisno spremenljivko anonimnost.....	44

Kazalo slik

Slika 5.1: Model teoretskih pojmov in relacije med njimi	23
--	----

Kazalo grafov

Graf 5.1: Prikaz porazdelitve enot glede na spol (v procentih).....	29
Graf 5.2: Prikaz porazdelitve enot glede na starost.....	29
Graf 5.3: Prikaz porazdelitve enot glede na izobrazbo (v procentih).....	30
Graf 5.4: Prikaz porazdelitve enot glede na zaposlitveni status (v procentih).....	31
Graf 5.5: Prikaz porazdelitve enot glede kraj bivanja (v procentih)	31

1 Uvod

Z razvojem in vpeljavo informacijsko-komunikacijskih tehnologij, predvsem interneta, v vsakdanje življenje ljudi, so se pri posameznikovem odnosu do tehnologije in njene vloge v njegovem vsakdanjem življenju zgodile velike spremembe. Tako je danes svetovni splet razumljen kot hipertekstovno osnovani informacijski sistem, katerega namen ni samo hiter in učinkovit dostop do informacij, ki so na voljo širši javnosti, ampak tudi druženje (Petrič 2002). Internet ni več samo orodje za pridobivanje informacij, ampak je postal in nadalje postaja predvsem družbeno omrežje. Različne spletne skupnosti, ki se razvijajo v prostorih skupinskega komuniciranja na internetu, so tako postale prostor izmenjavanja informacij pa tudi prostor druženja, iskanja prijateljev, samoidentificiranja in drugega (Petrič in Petrovčič 2008). Ker spletne skupnosti postajajo vedno pomembnejši del družbenega življenja posameznikov, je smiselno nameniti pozornost samemu posamezniku kot akterju v tej novi obliki družbenega življenja.

Tako bo diplomsko delo osredotočeno na posameznikovo samopredstavljanje na spletu. Zanimalo nas bo, kako posameznik deluje v tem novem družbenem okolju, kako se letemu prilagaja in kako razvija medosebne odnose v njem. Z novim prostorom se pri vzpostavljanju interakcij in razvijanju medosebnih odnosov pojavi tudi potreba po samopredstavitvi uporabnika. Ker svetovni splet ni fizični prostor, kjer se oblikujejo družbene interakcije tudi na podlagi fizičnih znakov, ampak je okolje, ki ima svoje specifikke, je tudi potek identifikacije posameznika drugačen. Odsotnost fizičnih znakov, višja stopnja anonimnosti, večji občutek svobode in podobno je le nekaj izmed specifik spletnega okolja, ki bi posamezniku lahko bolj dopuščale idealizirano samopredstavljanje, kar je tudi osrednja točka diplomskega dela. Teoretično razpravo bomo začeli s konceptualizacijo idealizirane samopredstavitve. Prikazali bomo več pogledov in razumevanj tega pojma, za naše potrebe pa se bomo naslanjali izključno na Goffmanovo tipologijo samopredstavitve na spletu. Skozi kratek prelet nekaterih ključnih točk tako funkcionalistične kot tudi racionalistične perspektive teorije delovanja bomo poskušali prikazati, kako posameznik deluje v spletnem okolju. Teoretično razpravo bomo nadaljevali s konceptualizacijo strukturnih dejavnikov delovanja in sicer z anonimnostjo, medosebnim zaupanjem in odgovornostjo ter prikazom povezav med njimi in samopredstavitvijo. Ali specifikke spletnega okolja vplivajo na

samopredstavljanje njegovih uporabnikov pa bomo preverjali v empiričnem delu diplomskega dela.

2 Računalniško posredovano komuniciranje

Ko govorimo o internetu kot prostoru posameznikovega udejstvovanja, je smiselno na začetku definirati sam pojem računalniško posredovano komuniciranje. Škerlep ga razume kot vrsto komunikacije, ki poteka med ljudmi in je posredovana preko računalnikov, vključenih na spletu. Med drugim Škerlep poudari, da tu ne gre za komunikacijo računalnik-računalnik oziroma interakcijo med računalnikom in posameznikom, ampak gre za komunikacijo med posamezniki (v Oblak 2000). Nadalje avtor definicije loči med tremi modeli glede na komunikacijska razmerja med akterji znotraj računalniško posredovane komunikacije, in sicer 1. medosebno komunikacijo; ki poteka med dvema akterjema, 2. mrežnim komuniciranjem; ki poteka med več akterji, in 3. množičnim komuniciranjem; kjer akter komunicira z več drugimi. Računalniško posredovana komunikacija pa teče čez vse tri modele (Škerlep 1998). John December podobno kot Škerlep opredeli računalniško posredovano komunikacijo kot proces človeške komunikacije, ki poteka preko računalnikov in vključuje ljudi, vpletene v določene procese, ki imajo določene cilje (Škerlep 1998). Oblakova prav tako razume računalniško posredovano komuniciranje kot uporabo računalniške tehnologije v namene oblikovanja, pošiljanja, prebiranja sporočil, ki jih določeni posamezniki ali skupine posameznikov naslavljajo bodisi na druge posameznike bodisi na skupine (Oblak 2002). Vendar so začetne interpretacije tovrstnega načina komuniciranja izpostavljale problematiko same komunikacije zaradi odsotnosti elementov, ki so prisotni v fizični komunikaciji (intonacija glasu, mimika in podobno). Zaradi odsotnosti teh elementov tako obstaja tveganje izkrivljanja informacij. Nadalje nekateri avtorji menijo, da je internet zaradi reduciranih elementov tipičen tako imenovani metakomunikacijski minimalizen, saj skozi lastno komunikacijo le-ta ponuja možnost samopredstavitve posameznika, ki ni nujno skladna z njegovo samopredstavitvijo v fizičnem prostoru. Zato lahko rečemo, da je računalniško posredovana komunikacija performativni akt, kar pomeni, da komunikacija sama ustvarja realnost, o kateri govori (Praprotnik 2007). Vendar pa računalniško posredovana komunikacija ne predstavlja zgolj prostora za konstruiranje odnosov, ampak svet, kjer se ti odnosi razvijajo, in orodje, ki ga akterji uporabijo za vstop v ta prostor. Je pojasnljiv in simbolično konstruiran proces, s katerim upravljajo uporabniki (Oblak 2000).

Ko govorimo o računalniško posredovanjem komuniciranju, ki smo ga na kratko opredelili v prejšnjem odstavku, pa je zaželeno usmeriti pozornost k posameznikovi samopredstavitvi na spletu.

3 Idealizirana samopredstavitev v spletnem okolju

Oblikovanje posameznikove identitete na spletu ne moremo razumeti kot posledico bodisi funkcionalistične bodisi racionalistične perspektive posameznikovega delovanja na spletu, ampak v kontekstu obeh hkrati. Oblikovanje identitete je po eni strani določeno z vplivi zunanjih dejavnikov, po drugi pa je to dejanje zavestno vodeno. Simmel (v Petrič 2001) meni, da nekatera dejanja posameznikov sicer nimajo jasno določenih ciljev, vendar pa vsebujejo skriti namen aktualizacije posameznikovega distinktivnega sebe. Ker se v sodobnih družbenih odnosih posamezniki znajdejo v mnogoštevilnih situacijah, vključeni so v različne kontekste in različne interakcije, velikokrat ravno zaradi te razpršenosti izkušenj doživljajo krizo identitete. Bauman pravi, da ima posameznik veliko izbire in uživa veliko svobode, zaradi katere pa se velikokrat pojavita nezaupanje in osamljenost. Giddens ugotavlja, da se je z razvojem moderne oblikovala tudi nova oblika samoformacije. Meni, da posameznik na spletu oblikuje, predstavi in s tem zakoliči svojo identiteto. Chandler med drugim trdi, da posameznik zavedno, namensko in aktivno uporablja svetovni splet za definiranje sebe (v Petrič 2001).

Začetnica postmodernističnih razprav posameznikove identitete na internetu Sherry Turkle pravi, da je posameznikova identiteta v virtualnem okolju sociološko in lingvistično strukturirana. Uporabniki računalniško posredovanega komuniciranja niso samo avtorji besedil, ampak so tudi avtorji sebe. V virtualnem svetu si lahko karkoli želiš, kadarkoli želiš. Ker preostali uporabniki operirajo zgolj z informacijami, ki jim jih posreduješ, je zmanjšana tudi možnost kritike. O tebi si lahko ustvarijo mnenje zgolj na podlagi napisanih besed, saj so drugi fizični znaki odsotni (Turkle 1996).

Zaradi odsotnosti fizičnih identitetnih znakov se v računalniško posredovanem komuniciranju posamezniki torej identificirajo z opisovanjem sebe. Kot pravi Oblakova v enem izmed svojih del:

Konstrukcija posameznikove samopodobe, njegove »online«, »kiber«, ali »virtualne« identitete, je zato v osnovi vselej uspešna in zadovoljiva, saj se osebe brez večjih ovir

predstavljajo natančno tako, kot jim v dani situaciji ustreza. Razkritje samopodobe je zato nujno selektivno. Posamezniki drug drugemu posredujejo zgolj tiste lastnosti, zgolj tiste informacije o sebi, ki si jih sami izberejo in ki jih dejansko želijo izpostaviti (Oblak 2004, 80).

Uporabljeni medij torej omogoča poigravanje z lastnimi in novo nastalimi identitetami. Ker je v računalniško posredovanem komuniciranju visoka stopnja anonimnosti, je posamezniku omogočeno, da izraža še neraziskane aspekte sebstva. Izkušnje v računalniško posredovanem komuniciranju tako Turklejeva vidi kot kontekst konstrukcije in dekonstrukcije identitete ter dekonstrukcije razumevanja identitete kot ene. Posameznikova identiteta je torej večkratna, kar pa je v svoji teoriji *Večkratni osnutki* (angl. »multiple drafts«) filozof Daniel Dennett označil kot fleksibilni self (Turkle 1996).

Večkratne jaze in anonimnost na spletu uporabljajo postmodernisti kot dokaz, da obstajajo tako imenovani razdrobljeni jazi (Manago in drugi 2008). Na tej točki pa se pojavijo kritiki postmodernih teorij, kot je na primer Katz, ki pravijo, da narava spleta ni anonimna, ampak je družbeno konstruirana, fizičnega in virtualnega sveta pa ne moremo tako preprosto ločiti, kot so to trdili postmodernisti (Wynn in drugi 2008). Da sta fizični in virtualni svet psihološko povezana, kaže tudi ko-konstrukcijski model, ki pravi, da posameznik prakse iz vsakdanjega življenja prenese v virtualni svet. Te trditve pa negirajo postmodernistični konceptualizaciji, da internet posameznikom omogoča ali dopušča, da predstavijo svoj virtualni jaz, ki je ločen od njihovega realnega jaza (Subrahmanyam in drugi 2008). Nadalje kritiki postmodernistov ugotavljajo, da so online interakcije olajšanje intimnosti in samorazkritja, ki dejansko posameznikom omogočajo, da na podlagi lastnega mnenja izrazijo svoj pravi jaz (Manago in drugi 2008). Festingerjeva teorija socialne primerjave predpostavlja, da se posamezniki bolj zanesejo na soglasje drugih, ko obstaja dvom fizične realnosti (Manago in drugi 2008).

Ne glede na prejšnje razprave o oblikovanju idealizirane samopredstavitve na spletu se moramo zavedati, da so številne izmed njih nastajale ob začetkih interneta in so smiselne pri obravnavi takratnih načinov spletnega komuniciranja, kot je na primer IRC, ki so danes manj ali celo niso več v uporabi. Danes je spletno komuniciranje dobilo nove oblike in je razumevanje samopredstavljanja tako, kot so ga razumeli postmodernisti, lahko vprašljivo. Mi se bomo za potrebe diplomskega dela osredotočili izključno na Goffmanovo teorijo idealizirane samopredstavitve. Le-ta predpostavlja, da posameznik razvije občutek sebstva s kreiranjem vtisa, ki ga želi predstaviti drugim (Manago in drugi 2008). Identiteta

posameznika je tako v tesni povezavi z družbenimi izkušnjami posameznika. Goffman predpostavlja, da je oblikovanje posameznikove identitete dejansko konstrukt njegove podobe, ki je sestavljena iz tistih elementov, iz katerih njegovo občinstvo ustvarja njegovo identifikacijo. Če poenostavimo, je posameznikovo sebstvo po besedah Goffmana družbeni konstrukt (Lemert in Branaman 1997). Goffman tako kakršnokoli komunikacijo razume kot gledališko igro. To pomeni, da se v družbeni vzpostavitvi pojavi interakcija med dvema ali več osebami, ki na podlagi govora, mimike, kretenj in drugih znakov predstavijo sebe drugim ter s tem dopuščajo, da si ti o njih ustvarijo vtise (Petrič 2007).

Goffman (1963) pravi v skladu s simbolno interakcionističnim pojmovanjem sebstva, da so občutki do nas samih zrcalo uspešnosti teh predstavitev. Ker si posameznik želi izogniti sramu, neugodju, posmehu ali kakršnikoli drugi kritiki sebstva – z drugimi besedami želi ohraniti svoj obraz, se bo v predstavi, ki jo vrši tekom svoje participacije v neki družbeni vzpostavitvi trudil predstavljati tiste vidike sebstva, ki jih hierarhije določenega družbenega konteksta podpirajo in hkrati se bo izogibal predstavljanju tistih vidikov, ki te hierarhije rušijo ali jih ne upoštevajo (Petrič 2007, 6).

Na podlagi Goffmanove teorije Petrič samo-predstavitev na spletu razdeli na dva tipa, in sicer na idealizirano samopredstavitev in kohezivno sebstvo. Nas bo zanimal zgolj prvi tip, torej idealizirana samopredstavitev, ki na podlagi Goffmanovega pojmovanja pomeni oblikovanje in predstavitev pozitivno naravnane javne podobe o sebi, ki je v skladu s pravili, normami in vrednotami, veljavnimi v danem internetnem okolju, z namenom pridobiti pozitivno samopodobo (Petrič 2002).

Walter razvije hiperpersonalni model, v katerem predpostavlja, da asinhronost in anonimnost spletnih mest posamezniku omogočata, da razvije idealizirano samopredstavitev (Utz 2010).

Drugi tip, ki ga v tem delu ne bomo obravnavali, a ga je kljub temu smiselno omeniti, je predstavitev kohezivnega sebstva, kjer posameznik najde neko koherentno identiteto in kjer se izgubi občutek nepripadnosti (Petrič 2002).

4 Dejavniki, ki vplivajo na oblikovanje idealizirane samo-predstavitve skozi oči teorije delovanja

Kako posameznik deluje na spletu, kako formira svojo identiteto in kaj vse vpliva na oblikovanje le-te znotraj spletnega okolja, lahko pojasnimo z grobim vpogledom v teorijo delovanja. Ta se v socioloških razpravah deli na dve veji, in sicer na funkcionalistično in racionalistično perspektivo. Prva perspektiva, katere zagovornika sta Durkheim in Parsons, razume delovanje posameznika kot posledico dejavnikov, ki so od posameznika neodvisni. Gre za zunanje dejavnike kot so norme, moralna obveza in sankcije. Način razumevanja delovanja posameznikov na podlagi te perspektive temelji na ideji, da je delovanje posameznikov odvisno od zunanjih pritiskov, norm, pravil, dogodkov in drugih zunanjih omejitev. Razumljeno je kot iracionalno, družbeno determinirano in je popolnoma neodvisno od posameznika kot takega. Racionalistična smer, katere predstavniki so Weber, Homans in Boudon, pa razume delovanje posameznika v nasprotju s funkcionalističnim pojmovanjem, in sicer kot posledico lastnih namer, odločitev in motivacij. Ta smer razume posameznikovo delovanje kot individualno determinirano, torej kot posledico njegovih lastnih razmišljanj, odločitev, interesov, namer, ciljev in podobno ter nikakor ne kot dejanje zunaj njegove kontrole (Petrič 2001).

Nas bo zanimalo izključno kako strukturni dejavniki, ki so značilni za računalniško posredovano komuniciranje vplivajo na posameznikovo delovanje na spletu. Zanimalo nas bo torej, **kako specifične računalniško posredovanega komuniciranja vplivajo na posameznikovo idealizirano samo-predstavljanje na spletnih forumih**. Dejavniki, za katere bomo predpostavili, da vplivajo na idealizirano samopredstavljanje posameznika, so občutek anonimnosti, odgovornosti in medosebno zaupanje, ki so značilni za funkcionalistično perspektivo.

4.1 Anonimnost, medosebno zaupanje in odgovornost v računalniško posredovanem komuniciranju

4.1.1 Anonimnost posameznika v spletnem okolju

Anonimnost je ena izmed lastnosti spletnega prostora, ki vpliva na vedenje posameznikov na spletu (Cerar 2007). Eric Hughes med drugimi temeljnimi vrednotami gibanja izpostavi tudi zasebnost ter z njo povezano anonimnost, ki slehernemu omogoča, da svojo identiteto razkrije samo takrat, ko se za to sam in svobodno odloči (Kovačič 2004). Nadalje Petrič in Petrovčič pravita, da je za razumevanje posameznikove identitete na spletu treba ločiti med pojmom anonimnost in prepoznavnost. Anonimnost v primerjavi z začetnimi obravnavami, ki so pojem anonimnosti na spletu povezovali z ločnico med delovanjem posameznika na spletu in njegovo osebno ali družbeno identiteto, sodobne teorije razumejo kot odsotnost istovetnosti posameznika od fizičnih znakov, ki ga v realnem življenju identificirajo (Petrič in Petrovčič 2008). Ohranjanje anonimnosti posameznika na spletu torej pomeni prikrivanje lastne identitete (Cerar 2007).

Ko govorimo o anonimnosti posameznika na spletu, pa ne moremo mimo tega, da nekaj pozornosti namenimo eni izmed ključnih lastnosti tovrstne anonimnosti, in sicer odsotnosti fizičnih znakov oziroma breztelesnosti na spletu. Računalniško posredovano komuniciranje namreč temelji na fizični odsotnosti posameznika/sogovornika na spletu. Oblakova pravi, da ravno odsotnost fizičnih znakov posameznemu akterju na internetu narekuje, da prvi vtis o sogovorniku ustvari oziroma oblikuje na drugačen način, kot bi ga v resničnem življenju (Oblak 2004). Anonimnost posameznika na spletu in odsotnost fizičnih znakov imata v računalniško posredovanem komuniciranju torej pomembno vlogo, saj enačita družbene statuse vseh udeležencev komunikacije. Odsotnost fizičnih znakov; statusnih, materialnih, rasnih, spolnih, starostnih in drugih omogoča enakopravno komuniciranje med vsemi udeleženci pogovora (Cerar 2007). Kar posamezne akterje znotraj komuniciranja na spletu ločuje, so njihova sposobnost in veščine spretnega komuniciranja, ideje in predhodno tehnološko znanje (Cerar 2007).

Nissenbaumova razume pojem anonimnosti popolnoma preprosto, kot vsakodnevno slovarsko rabo tega pojma, torej biti oziroma ostati brezimenski. Biti anonimen pomeni predstavljati sebe brez razkrivanja svojega imena. To vsakodnevno razumevanje pojma anonimnosti lahko prenesemo, kot pravi Nissenbaumova, tudi v elektronsko sfero, v kateri biti anonimen

pomeni, da posameznik aktivno deluje v tej sferi, vendar brez razkrivanja svojega pravega imena (Nissenbaum 1999).

Na tej točki pa je treba poudariti, da sodobna uporaba spletnega komuniciranja ni enaka njenim začetkom. Danes so namreč spletne skupnosti veliko bolj povezane s posameznikovim vsakdanjim življenjem, kot so bile nekoč. Akterji v spletnem okolju niso nujno popolni tujci, ampak tudi ljudje, s katerimi komuniciraš v vsakdanjem življenju. Torej je strogo razumevanje anonimnosti kot stanja brezimenskosti lahko vprašljivo.

Anonimnost pa lahko razumemo, kot jo definira G. Marx, in sicer kot eno polarno vrednost širše dimenzije prepoznavnosti oziroma neprepoznavnosti. Zanj je posameznik popolnoma anonimen, kadar ne more biti označen s katero izmed sedmih dimenzij širšega pojma identitete, ki je del širše variable, ki med drugim vključuje prikrivanje ali odkrivanje osebnih informacij ali informacij splošnega domena. Sedem dimenzij identitete, ki jih Marx navaja, so: legalno ime; identifikacija z lokacijo; vzdevek, ki ga lahko povežemo bodisi z legalnim imenom bodisi z lokacijo; vzdevek, ki ga lahko povežemo s katerim drugim dejavnikom identitete; vzorčno znanje; socialna kategorizacija in simboli za upravičenost oziroma neupravičenost. Kot pravi Marx, anonimnost zahteva svoje občinstvo. To pomeni, da oseba ne more biti anonimna, kadar se ne pojavlja v nobeni interakciji z drugo osebo ali več osebami, ki pa o njej ne posedujejo nobenih informacij (Marx 1999).

Anonimnost, kot jo razume Marx, ni mogoča samo v računalniško posredovani komunikaciji, ampak tudi v drugih oblikah komunikacije, vendar je v tej lahko veliko bolj prisotna, saj se pojavlja v komunikacijskih kanalih med ljudmi, ki so časovno in prostorsko ločeni. Kot pravita Qian in Scott, anonimnost na spletu nekatere študije razumejo kot enega izmed vzrokov za nesocialno obnašanje posameznikov znotraj tega prostora (Davis, 2002; Suler & Philips, 1998 v Qian in Scott 2007), druge jo spet razumejo kot potencial za kršitev družbenih pravil in norm (Jessup, Connolly, & Galergher, 1990; Postmes & Spears, 2000 v Qian in Scott 2007). Za naše potrebe pa se bomo osredotočili na tretji tip raziskav, ki spletno komunikacijo razumejo kot hiperpersonalno, deloma tudi zaradi anonimnosti (Nowak, Watt, & Walther, 2005; Walther, 1996 v Qian in Scott 2007). To pomeni, da zaradi vizualne vrzeli, ki je prisotna na spletu, uporabnikom omogoča, da se selektivno samopredstavljajo z namenom doseči boljši vtis pri drugih uporabnikih. Scott in Qian tako v spletnem kot v fizičnem prostoru ločita med vizualno in diskurzivno anonimnostjo. Pri prvemu tipu anonimnosti gre za

to, da ni mogoče odkriti vizualne oziroma fizične podobe pošiljatelja sporočila. Pri slednji pa ni mogoče odkriti vira določene verbalne komunikacije. V računalniško posredovani komunikaciji torej vizualna anonimnost pomeni nezmožnost identificiranja pošiljatelja sporočila na podlagi njegove vizualne podobe. Pomeni torej odsotnost slik, videov in drugih pripomočkov, s katerimi bi bila možna vizualna identifikacija posameznika. Na drugi strani pa je diskurzivna anonimnost bolj zapletena. Kljub temu da lahko na podlagi poslanega sporočila oziroma samega pisanja razkrijemo neko informacijo o njegovem viru, se posamezniki v računalniško posredovanem komuniciranju čutijo anonimne, če njihovi osebni podatki niso javno dostopni (ime, priimek, naslov, elektronska pošta, spol in podobno). Konceptualno torej anonimnost ni dihotomna, ampak variira v stopnjah. Stopnja anonimnosti pa je seveda odvisna tudi od tehnologije, ki jo posameznik uporablja. Če tehnologija oziroma prostor zahteva uporabniško ime, geslo in podobno, je stopnja anonimnosti seveda nižja kot takrat, kadar za vstop v določen prostor ni treba posredovati nobene informacije in je delovanje v le-tem bolj anonimno. Tako pa sta obe vrsti anonimnosti torej vizualna in diskurzivna, odvisni od objektivnih vidikov medija in subjektivnih pogledov posameznikov na stopnjo anonimnosti (Qian in Scott 2007).

4.1.2 Medosebno zaupanje posameznikov v spletnem okolju

Giddens pravi, da sta za obdobje, v katerem živimo, torej visoki modernosti, katere značilnosti so med drugim tudi negotovost in mnogovrstnost izbire, ključna zaupanje in tveganje (Dremelj 2003).

Ker so podatki in informacije o sogovornikih v računalniško posredovanem komuniciranju težko ali sploh niso preverljivi zaradi prej omenjene visoke stopnje anonimnosti in njej pripisane breztelesnosti v spletnem okolju, je za vsako uspešno komunikacijo med akterji znotraj spletnega okolja še posebno pomembno medosebno zaupanje. Oblakova pravi, da je v računalniško posredovanem komuniciranju za prejemnika informacij oziroma za sogovornika na drugi strani zaslona situacija bolj delikatna, saj velja načelo »Verjamem ti na besedo, toda z določeno mero skepse« (Oblak 2004, 80). Kot v vsakem medčloveškem odnosu, velja tudi v odnosu med posameznimi akterji znotraj računalniško posredovanega komuniciranja, da je za obstoj in potencialni razvoj odnosa nujna določena stopnja zaupanja, ki ga zaznamuje obojestranski proces samo-razkrivanja (Oblak 2004). Tudi Petrič in Petrovčič pravita, da je za uspešno spletno skupnost nujno medosebno zaupanje akterjev te skupnosti, ki je pogoj za

razvoj medsebojnih odnosov in dosežkov znotraj spletne skupnosti (Petrič in Petrovčič 2008). Fernback, ki govori o virtualnih skupnostih, pravi, da je za obstoj virtualnih skupnosti potreben skupen sistem vrednot, pravil, norm, skupne identitete in drugo. Vendar je v primerjavi s fizičnimi skupnostmi pri obstoju oziroma za obstoj virtualnih skupnosti pomembno tudi zaupanje (Oblak 2000). Avtorji so si torej nekako enotni, da je stopnja medosebnega zaupanja v računalniško posredovanem komuniciranju, ko govorimo o uspešni komunikaciji med akterji, še kako pomembna, zato je nadalje smiselno definirati sam pojem *zaupanje*.

»Zaupanje je stava o prihodnosti pogojnih dejanj drugih« (Sztompka 1999). S tega vidika je zaupanje sestavljeno iz dveh ključnih komponent, in sicer verovanja in zavezanosti. Zaupanje temelji na posameznikovih pričakovanjih o prihodnjih dejanjih drugih posameznikov. Na drugi strani pa zaupanje vključuje tudi zavezanost skozi dejanja.

Igličeva zaupanje definira kot »mehanizem za redukcijo negotovosti, ki nastaja kot posledica sistemske kompleksnosti, pomanjkljivih informacij in svobodne volje akterjev« (Iglič 2004, 155). Fukuyama in Rottar pa pojem razumeta kot pričakovanje posameznikov, da so kakršnekoli izjave drugih akterjev znotraj komunikacije zanesljive (Petrič in Petrovčič 2008, Feng in drugi 2003).

Giddens nadalje pravi, da je zaupanje »ključen pojav pri posameznikovem razvoju, ki ima raznolik in specifičen pomen za svet mehanizmov in abstraktnih sistemov« (Giddens 1991, 3. pogl.). Meni tudi, da je zaupanje osnovni gradnik posameznikove zaščite pred nevarnostmi in soočanjem z vsakodnevnim življenjem. Je medij interakcije z abstraktnimi sistemi, tako zaupanje kot abstraktni sistemi pa črpajo tradicionalne vsebine iz vsakodnevnega življenja. Giddens razvije koncept čistih odnosov, za katere pravi, da so temelj medosebnega zaupanja med partnerji, le-to pa je tesno povezano s stopnjo dosežene intimnosti. Medosebno zaupanje v čistih odnosih pa temelji na posameznikovem samorazkrivanju (Giddens 1991).

V literaturi najdemo še več različnih tolmačenj koncepta zaupanje. Nekatere teorije ga razumejo kot eno izmed oblik obnašanja posameznikov, spet druge kot pozicijo v obnašanju ali kot subjektivno stanje pričakovanj. Kakorkoli zaupanje ostaja pomemben člen posameznikove vsakdanje prakse. Tako v socioloških teorijah zasledimo definicije zaupanja kot določenega tipa vedenja. Deutsch pravi, da je zaupanje vedenje, ki »sestoji iz dejanj ki (1)

poviša posameznikovo ranljivost (2) do drugega katerega obnašanje ni pod njegovo kontrolo (3) v situaciji kjer kazen trpi tisti, katerega zloraba ranljivosti je s strani drugega je večja kot je korist, ki jo pridobi, če ranljivost ni zlorabljen s strani drugega« (Nooteboom 2002, 37).

Sako, ki pojem ne razume kot tip vedenja, ampak kot osnovni odnos v smeri zaupajočega se vedenja, pravi, da je zaupanje stanje duha, pričakovanje posameznika, da bo oseba, ki je v odnosu z njim, ravnala v prid skupnega interesa (Nooteboom 2002).

Bradach in Eccles zaupanje razumeta kot stanje pričakovanja, ki vključuje strah, da bi eden izmed udeležencev ravnal oportunistično. Medosebno zaupanje je podkrepjeno z empatijo, ki temelji na skupnih kategorijah s skupnimi motivi in pogoji obnašanja (Nooteboom 2002).

Uslaner je pri definiranju zaupanja pojem razbil na več podvrst, in sicer ga je ločil glede na to, komu zaupamo. Tako loči med generalnim zaupanjem, ki pomeni verjetje, da je večini ljudi mogoče verjeti, in je nad moralističnim zaupanjem. Ta tip zaupanja ne potrebuje izkušnje, pomembni sta pozitivna naravnost in kontrola nad prostorom. Pri partikularnem zaupanju pa posameznik verjame zgolj tistim ljudem, za katere meni, da so mu podobni. Ta pogoj omeji njegovo moralno skupnost. Pri tej vrsti zaupanja gre za to, da posameznik predvideva, da pri drugih, za katere meni, da so mu podobni, lahko pričakuje podobne izkušnje. Moralistično zaupanje v primerjavi s strateškim ni povezano s specifičnim odnosom med dvema osebama, ampak je, podobno kot generalno zaupanje, bolj splošno, osredotočeno na našo moralno skupnost. Strateško zaupanje tako predvideva obnašanje drugega v nekem odnosu (Uslaner 2002).

Sztompka, kot smo že omenili, zaupanje razume podobno, in sicer kot tveganje oziroma stavo na prihodnja pogojna dejanja drugih akterjev. Zaupanje med dvema posameznikoma je stanje, kjer eden zavzame pozicijo zaupajočega subjekta, drugi pa pozicijo vrednega zaupanja. V tem odnosu vedno obstaja nekoliko tveganja za tistega, ki zaupa, da bo njegovo pričakovanje o delovanju drugega neizpolnjeno. Širše lahko ločimo tri dimenzije zaupanja, in sicer relacijsko, psihološko in kulturno. V prvem primeru gre za obliko medosebnega zaupanja, ki ga bomo tudi obravnavali v tem diplomskem delu. Gre torej za zaupanje med dvema akterjema, ki temelji na zanesljivosti oziroma dejstvu »biti vreden zaupanja«. V medosebnem zaupanju je temelj le-tega na epistemološki bazi, kar pomeni, da akter, ki zaupa v odnosu zaupanja, poseduje določene informacije in znanje o akterju, ki mu gre zaupati. Te informacije se

kasneje lahko izkažejo za resnične ali izkrivljene, intenziteta zaupanja pa se viša z obsegom posedovanih informacij in znanja o akterju, ki se mu zaupa. Če se v odnosu zaupanja le-to pojavi brez vnaprejšnjega znanja in vedenja o osebi, ki se ji zaupa, je tveganje za kršitev zaupanja visoka. Zaupanje pa ni samo dejanje kalkulacij in špekulacij, ampak je tudi dejanje psihološke naklonjenosti. Druga dimenzija zaupanja nasprotno od prve trdi, da je izvor zaupanja epistemološko pogojen in da zaupanje oziroma nezaupanje nima nič opraviti z epistemologijo kot tako, niti s posedovanim znanjem in informacijami o subjektu, ki se mu zaupa. Ta dimenzija zaupanja daje poudarek minulim izkušnjam oziroma odnosom, prežetim z zaupanjem ali nezaupanjem in jih je subjekt doživel skozi svojo preteklost, sprva v družinskih in nadalje v odnosih z drugimi posamezniki. Tako je zaupanje rodovniško in ne epistemološko pogojeno. Podobno kot pri psihološkem zaupanju ima tudi kulturna dimenzija zaupanja rodovniški temelj, vendar na drugi ravni, kjer posameznika k zaupanju ali nezaupanju spodbujajo določena pravila in norme, ki veljajo v obdajajoči kulturi. Tako lahko na eni strani kultura zaupanja vrši pritisk nad posamezniki, ki jih sili da zaupajo, in na drugi strani kultura dvoma, ki jih sili k nezaupanju in dvomljivosti (Sztompka 1999).

Sztompka pravi, da je zaupanje ključna strategija v odnosu do neznane prihodnosti. Če torej zaupanje razumemo kot strategijo posameznika pri predvidevanju prihodnjih dogodkov, postane zaupanje »poenostavljena strategija, ki omogoča posameznikom, da se prilagodijo kompleksnemu socialnemu okolju in se s tem okoristijo z naraščajočimi priložnostmi. Zaupanje je še posebej relevantno v pogojih ignorance ali nesigurnosti v zvezi z neznanimi ali nedostopnimi dejanji drugih« (Sztompka 1999, 25).

Zaupanje sestoji iz dveh ključnih elementov, in sicer verjetja in zaveze. Pri verjetju gre za to, da posameznik oblikuje neko teorijo o tem, kako se bo odvijala prihodnost v odnosu medosebnega zaupanja. Za zavezo pa je značilno, da posameznik pričakuje, kako se bo oseba, ki ji je zaupano, obnašala v prihodnosti (Sztompka 1999).

4.1.3 Odgovornost posameznika v spletnem okolju

Odgovornost posameznika za njegova dejanja je eno izmed pravil delovanja le-tega tako v fizičnem kot v virtualnem prostoru. Problem se pojavi, ko je stopnja odgovornosti posameznika v računalniško posredovanem komuniciranju zaradi pomanjkljive identifikacije nizka. Sociološke teorije interneta nam ponujajo okvire za analiziranje dejanj, odnosov in interakcij med posamezniki, kreiranih na internetu (Slevin 2000/01).

Slevin v knjigi *The internet and society* pravi, da je pri posameznikovem iskanju načinov za svobodno uporabo interneta treba poudariti tudi odgovornost, ki jo imajo posamezniki ali skupine za svoje ideje in dejanja, ki jih naredijo (Slevin 2000/01).

Petrič pravi, da se, če avtorja ni mogoče identificirati, torej ko obstaja vizualna anonimnost, zmanjša zaznava sankcij v primeru odstopajočega delovanja oziroma se zmanjša pritisk k sodelovanju in posledično tudi njegova odgovornost za lastna dejanja do drugih uporabnikov in avtorjev svetovnega spleta (Petrič 2003, Petrič 2007).

Sadar, ki primerja stopnjo odgovornosti v fizičnem in virtualnem svetu, ugotavlja, da je posameznikova odgovornost do drugih članov neke virtualne skupnosti v primerjavi s stopnjo odgovornosti posameznika v fizični skupnosti nižja. Bistvena razlika je v tem, da v fizičnem prostoru obstajajo odgovorne sodbe, ki pa v virtualnih skupnostih zaradi njene samoselektivne narave ne obstajajo (Oblak 2000).

Če pojem odgovornosti razumemo tako, kot ga razume Paul Ricoeur, kot združitev dveh pomenov, in sicer računati na (nekoga) in biti odgovoren za (nekaj) (Ricoeur idr. 2002), potem lahko rečemo, da je odgovornost posameznega akterja v računalniško posredovanem komuniciranju: 1. da prevzema odgovornost, ker računa na to, da sogovornik v tej komunikaciji govori resnico in 2. da prevzema odgovornost za podatke in informacije, ki jih sam posreduje sogovorniku.

Odgovornost v vsakdanjem življenju lahko razumemo kot »sociološki fenomen in kot koncept oziroma konstrukt, ki je skonstruiran in interpretiran individualno« (Auhagen 2002, 63). Sam koncept odgovornosti implicira vsaj tri relacije, in sicer biti odgovoren za nekaj, biti odgovoren za nekoga in v relaciji s posameznim primerom. Odgovorno dejanje tako vključuje

aspekte morale, dejanj in zavedanja posledic za ta dejanja. Tako lahko rečemo, da je posameznikovo odgovorno dejanje, ko »ona ali on deluje v skladu z etičnimi in moralnimi pogledi in sprejme da ona ali on je odgovoren/a za posledice njenih oziroma njegovih dejanj« (Auhagen 2002, 6. pogl.). Tako razumevanje pojma odgovornost kaže poudarek na razumevanju tega družbenega konstrukta kot sociološkega fenomena, ki je lahko oziroma je izkušen kot individualno dejanje in je hkrati v močni povezavi z moralnimi in etičnimi kodeksi, dejanji v skladu s temi kodeksi in zavedanju odgovornosti za posledice teh dejanj (Auhagen 2002).

Neko dejanje imamo za odgovorno takrat, ko posameznik vzpostavi samo nadzor nad svojimi dejanji v smislu, da le-te omeji na tista, za katera je pričakovano, da so poštena in v skladu z družbenimi pravili (Bierhoff in Auhagen 2002). Dokler odgovornost temelji na posameznikovem dejanju na individualni ravni, lahko sam pojem razumemo kot mehanizem socialne kontrole na sociološkem nivoju. Številni teoretiki so pri definiranju pojma odgovornost pisali tudi o svobodi izbire. Tako lahko svobodo izbire povežemo s tem, da dejanja posameznikov niso vnaprej znana in predvidljiva. Tu ločimo med internim in eksternim lokusom kontrole. Prvi se nanaša na svobodo izbire v smislu, da vsak posameznik lahko izbere tista dejanja, ki so v skladu z njegovimi preferencami. Drugi pa govori o tem, da obstaja neka vrzel v posameznikovi svobodni izbiri in da v njej drugi odločajo o posameznikovih dejanjih. Torej lahko rečemo, da obstaja tesna povezava med posameznikovo svobodno izbiro in lokusom kontrol, kar pa posredno povzroči tudi povezavo med tema pojmomoma in odgovornostjo (Bierhoff in Auhagen 2002).

Za potrebe diplomskega dela bomo v nadaljevanju govorili izključno o posameznikovi zaznani stopnji odgovornosti, ki izvira iz moralnih in etičnih pogledov.

Medosebno zaupanje in stopnja zaznane moralne odgovornosti posameznika na spletnih forumih sta, kot je bilo že omenjeno, med drugim nujno potrebna, da se razvije odnos med akterji v komunikaciji. Ravno tako sta poleg diskurzivne anonimnosti pomembna dejavnika, ki vplivata na to, kako se bo posameznik samopredstavil drugim uporabnikom oziroma skupinam posameznikov teh spletnih forumov. Kako specifične računalniško posredovanega komuniciranja vplivajo na posameznikovo idealizirano samopredstavitve, bomo empirično preverjali v naslednjih poglavjih.

5 Raziskovalni okvir proučevanja vpliva anonimnosti, medosebnega zaupanja in odgovornosti na idealizirano samo-predstavitev posameznika v spletnem okolju.

Ker se bomo v diplomskem delu ukvarjali s samopredstavitvijo posameznika na spletnih forumih, je le-te v nadaljevanju smiselno opredeliti.

Oblakova trdi, da naj bi računalniško posredovani razpravljalni forumi v nekem tehnološkem smislu predstavljali:

Popolna okolja, v katerih se lahko oblikujejo in javno izražajo številna mnenja, preverjajo argumenti, izmenjujejo stališča in ideje, kar vse je z vidika ključnih teorij komuniciranja ključnega pomena za demokratizacijo sodobnih družbenih procesov. Skozi soočanje samoumevnih demokratičnih možnosti razpravljalnih forumov na eni strani, in realno prakso na drugi, se izkaže, da njihova demokratična narava ni samoumevna, temveč je lahko le rezultat premišljene zasnove in sodelovanja vseh vpletenih akterjev (Oblak v Kragelj 2004, 337).

Tsalikova nadalje razume spletne forume kot virtualni prostor, kjer je slehernemu posamezniku dovoljeno, da piše ali prebira prispevke drugih udeležencev na forumu. V to kategorizacijo forumov pa ne spadajo tisti, kjer ni mogoča dvosmerna komunikacija oziroma pri katerih komunikacija poteka v daljšem časovnem razponu (Tsaliki 2002).

5.1 Predmet proučevanja in hipoteze

Predmet proučevanja bo, kot je bilo že omenjeno, posameznikova samopredstavitev na spletnih forumih, osredotočili se bomo predvsem na njegovo idealizirano samo-predstavitev. Na raziskovalno vprašanje *Kako specifične računalniško posredovanega komuniciranja vplivajo na posameznikovo samopredstavitev na internetu* bomo poskušali odgovoriti s potrditvijo sledečih hipotez:

H1: Stopnja zaznane diskurzivne anonimnosti posameznika na spletnih forumih, vpliva na mero njegove idealizirane samo-predstavitve.

H2: Stopnja medosebnega zaupanja posameznikov na spletnih forumih vpliva na mero posameznikove idealizirane samo-predstavitve.

H3: Stopnja zaznane odgovornosti posameznika na spletnih forumih do ostalih uporabnikov teh strani, vpliva na mero njegove idealizirane samo-predstavitve.

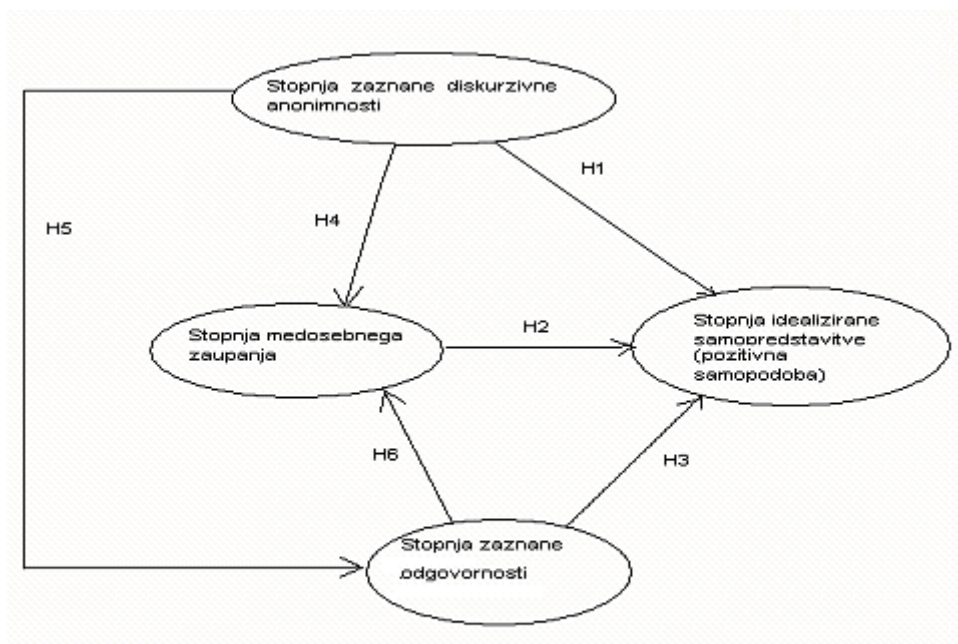
H4: Stopnja zaznane diskurzivne anonimnosti posameznika vpliva na stopnjo medosebnega zaupanja med uporabniki.

H5: Stopnja zaznane diskurzivne anonimnosti posameznika vpliva na stopnjo zaznane odgovornosti do ostalih uporabnikov.

H6: Stopnja zaznane odgovornosti vpliva na stopnjo medosebnega zaupanja med uporabniki spletnega foruma.

5.1.1 Model teoretskih pojmov in opredelitev relacij med njimi z argumentacijo relacij

Slika 5.1: Model teoretskih pojmov in relacije med njimi.



Da anonimnost vpliva na posameznikovo samopredstavljanje na spletu, smo nakazali že v teoretičnem delu. Če na kratko povzamemo: diskurzivna anonimnost pomeni nezmožnost identifikacije posameznika z njegovim imenom oziroma drugimi osebnimi podatki. Tako se uporabniki spletnega foruma čutijo bolj anonimne, če njihovi osebni podatki, kot so ime, priimek in drugi, niso javno dostopni (Qian in Scott 2007). Turklejeva, začetnica postmodernističnih razprav o posameznikovi identiteti na internetu, meni, da je novi družbeni prostor možnost posameznika, da se poigrava z lastno identiteto in jo na internetu zakoliči.

Tako lahko sklepamo, da bolj kot se bodo člani spletnega foruma čutili anonimne zaradi svoje neprepoznavnosti na podlagi osebnih podatkov, bolj se bodo posluževali idealiziranega samopredstavljanja (Turkle 1996). Ravno obraten proces pa je pri razmerju med zaupanjem in samopredstavljanjem. Velja namreč načelo, da medosebno zaupanje v čistih odnosih temelji na posameznikovem samorazkrivanju, a tu je treba poudariti sledečo predpostavko; čisti odnos traja samo toliko časa, kolikor traja zaupanje. Torej lahko iz tega sklepamo, da bolj kot si bodo člani spletnega foruma med seboj zaupali, manj se bodo idealizirano samopredstavljali. Proces pa je lahko tudi obraten, če se vrnemo nazaj na Goffmanovo tolmačenje samopredstavitve. Posameznik se idealizirano samopredstavlja, da pridobi pozitivno javno podobo s strani drugih članov (Goffman v Petrič 2002). Predpostavljamo lahko, da posamezniku več pomeni pozitivna reakcija ljudi, ki jim zaupa, kot od popolnih neznancev. Zato je relacija med pojmom medosebno zaupanje in idealizirana samopredstavitve lahko tudi obrnjena. Na podlagi tega razmišljanja lahko sklepamo, da bolj kot si bodo člani spletnega foruma med seboj zaupali, bolj se bodo idealizirano samopredstavljali. Ne nazadnje pa smo skozi teorijo zasledili tudi povezavo med anonimnostjo in medosebnim zaupanjem. Velja namreč načelo, da bolj kot se bodo posamezniki čutili anonimne, manj si bodo med seboj zaupali, saj bo vedno obstajala določena mera skepse. Ta pojav lahko povežemo s prej omenjenim pojmom čistih odnosov, saj zaupanje v takšnih odnosih temelji na samorazkrivanju posameznika (Giddens 1991). Na samopredstavljanje pa ne vplivata samo zaznana anonimnost in zaupanje med člani, ampak tudi občutek odgovornosti slehernega posameznika za svoja dejanja do drugih članov te skupnosti. Sadar tako s primerjanjem stopnje odgovornosti med fizičnim in spletnim okoljem ugotavlja, da je stopnja zaznane odgovornosti v spletnem okolju nižja v primerjavi s fizičnim okoljem, kar pojasnjuje z dejstvom, da v spletnem okolju zaradi njegove samoselektivne narave ne obstajajo odgovorne sodbe (Oblak 2000). Ravno zaradi odsotnosti odgovornih sodb in anonimne narave spletnega prostora je posameznikova odgovornost do drugih članov manjša. Torej lahko sklepamo, da nižja kot bo stopnja posameznikove zaznane odgovornosti do drugih članov spletnega foruma, višja bo stopnja njegove idealizirane samopredstavitve. Z nižjo stopnjo zaznane odgovornosti pa se bo znižala tudi stopnja medosebnega zaupanja med člani spletnega foruma (glej Slika 5. 1.).

- Odvisne spremenljivke: idealizirana samo-predstavitve, medosebno zaupanje, odgovornost
- Neodvisna spremenljivka: anonimnost

5.2 Operacionalizacija

Teoretske pojme anonimnost, odgovornost, medosebno zaupanje in idealizirana samopredstavitev smo proučevali s pomočjo naslednjih indikatorjev:

Anonimnost¹

Indikatorje za pojem anonimnost smo povzeli in za naše potrebe ustrezno preoblikovali iz sklopa indikatorjev za anonimnost najdenih, v zborniku *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (Robinson et al. 1991).

- Uporabniki spletnega foruma se počutijo lagodno, ko drugi ne vedo, kdo v resnici so. (C3b)
- Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto. (C3c)
- Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da lahko izrazijo prave občutke, ki jih drugače ne bi. (C3d)
- Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da so do drugih lahko nesramni. (C3e)
- Uporabniki spletnega foruma pri izbiri nadimka pazijo, da ne razkrijejo svojega pravega imena. (C3f)
- Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko. (C3g)
- Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime. (C3h)
- Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo, če ostali ne vedo kdo so. (C3i)

Zaradi enotnega merjenja stališč je bilo pred analizo potrebno spremenljivke C3b, C3d, C3e, C3f in C3i rekodirati. Ker so indikatorji sestavljeni za splošno zaznavo anonimnosti članov spletnih forumov bomo v nadaljevanju analize bomo predvidevali, da tisti respondenti, ki se bodo (ne)strinjali s trditvami o anonimnosti članov se bodo hkrati (ne)strinjali o svoji lastni

¹ Pri vseh spremenljivkah je enotna merska lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam in 5 popolnoma se strinjam, z izjemo rekodiranih spremenljivk, kjer smo lestvico obrnili.

anonimnosti na spletnih forumih. Torej bomo predvidevali, da med stopnjo zaznane anonimnosti uporabnikov in stopnjo zaznane lastne anonimnosti obstaja visoka korelacija.

Odgovornost¹

Indikatorje za pojem odgovornost smo na podlagi Auhagenovega razumevanja le-tega razvili sami. Izhajali smo iz predpostavke, da je odgovorno dejanje posameznikov občutek, da mora delovati v skladu z etičnimi in moralnimi pogledi (Auhagen 2002).

- Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico. (C11a)
- Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma. (C11b)
- Nič ni narobe, če si na spletnem forumu kdaj kaj izmisliš. (C11c)
- V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš. (C11d)
- Če za svoja dejanja nisi kaznovan, potem lahko na spletnem forumu govoriš kar želiš. (C11e)
- Za svoja dejanja moraš biti odgovoren samo takrat, ko obstaja možnost sankcij na spletnem forumu. (C11f)

Tudi pri tem sklopu vprašanj, je bilo zaradi poenotenega merjenja potrebno rekodirati spremenljivke C11c, C11e in C11f.

Medosebno zaupanje²

Indikatorje za pojem zaupanje smo povzeli in za naše potrebe ustrezno preoblikovali iz sklopa indikatorjev o zaupanju, najdenih v zborniku *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (Robinson et al. 1991).

- Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želiš slišati. (C9a)
- Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost. (C9b)

² Pri vseh spremenljivkah je enotna merska lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam in 5 popolnoma se strinjam.

- Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi. (C9c)
- Večina ljudi misli samo nase. (C9d)
- Odkritost na spletnem forumu je v vseh primerih najboljša. (C9e)
- Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu. (C9f)
- Lahko se zanesem na člane spletnega foruma. (C9g)
- Ko nekdo potrebuje pomoč, nasvet, mu pomagam in posledično, ko sam potrebujem pomoč, vem, da mi bodo ostali člani pomagali. (C9h)
- Bolj ko nekoga poznam, bolj sem mu pripravljen zaupati. (C9i)
- Bolj zaupam osebi, s katero imam na spletnem forumu pogostejše stike. (C9j)
- Na spletnem forumu pazimo na čustva in občutke drugih uporabnikov. (C9k)
- Pri komuniciranju s člani spletnega foruma je najboljša previdnost, vse dokler s svojimi dejanji ne dokažejo, da so vredni zaupanja. (C9l)

Zaradi enotnega merjenja je bilo potrebno rekodirati spremenljivke C9e, C9g, C9h, C9i, C9j, C9k in C9l.

Idealizirana samo predstavitev³

Indikatorje za pojem idealizirana samopredstavitev smo na podlagi Goffmanove teorije razvili sami. Izhajali smo iz predpostavke, da je idealizirana samopredstavitev oblikovanje in predstavitev pozitivno naravnane javne podobe o sebi, ki je v skladu s pravili, normami in vrednotami, veljavnimi v danem internetnem okolju, z namenom pridobiti pozitivno samopodobo (Petrič 2002). V pomoč pri razmisleku o oblikovanju ustreznih indikatorjev je bila raziskava Siibakove, ki se je ukvarjala s proučevanjem razlogov za posameznikovo vključevanje na spletne strani in izbiro profilnih fotografij (Siibak 2009).

- Ali imate na profilu sliko oziroma avatar? (C5)
- Kaj tvori vaš avatar? (C6)
- Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen. (C7d)

³ Pri vseh spremenljivkah razen C5 in C6 je enotna merska lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam in 5 popolnoma se strinjam, z izjemo rekodiranih spremenljivk, kjer smo lestvico obrnili. Pri vprašanju C5 so anketiranci odgovarjali z Da/Ne, pri C6 pa so imeli ponujene odgovore 1. Fotografija obraza, 2. Stilizirana fotografija obraza, 3. Fotografija, ki nima povezave z mojim obrazom, 4. Fotografija moje celotne podobe, kar pomeni, da je viden tako obraz kot telo, 5. Stilska fotografija moje celotne podobe, 6. Fotografija, ki nima povezave z mojo celotno podobo in 7. Drugo

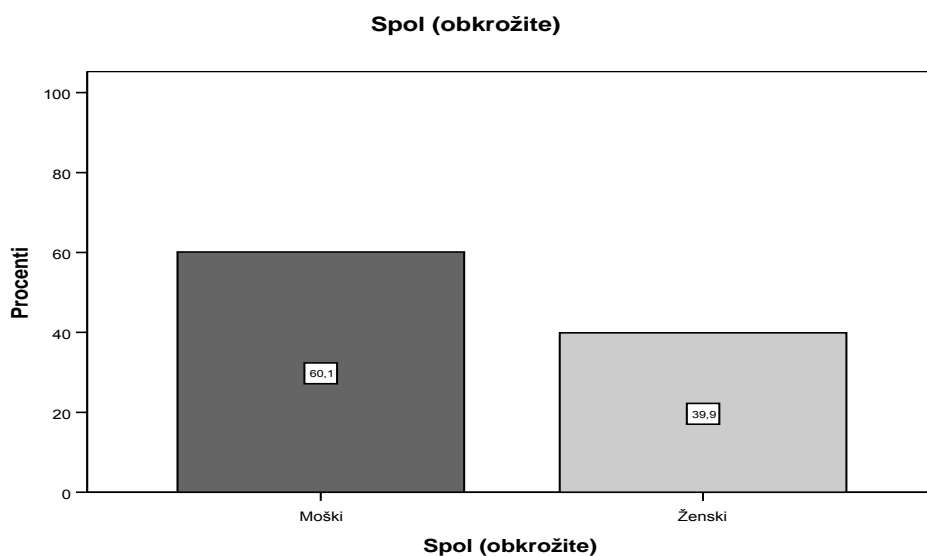
- Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživam določeno mero ugleda. (C7e)
- Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil. (C7f)
- V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine. (C7g)
- Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost. (C7n)
- Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč. (C7c)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje. (C7o)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje. (C7p)
- Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost. (C7q)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled. (C7r)
- Ne zanima me mnenje drugih članov spletnega foruma. (C7s)

Pri sklopu vprašanj o idealizirani samopredstavitvi je bilo potrebno rekodirati spremenljivko C7s.

5.3 Zbiranje podatkov in opis vzorca

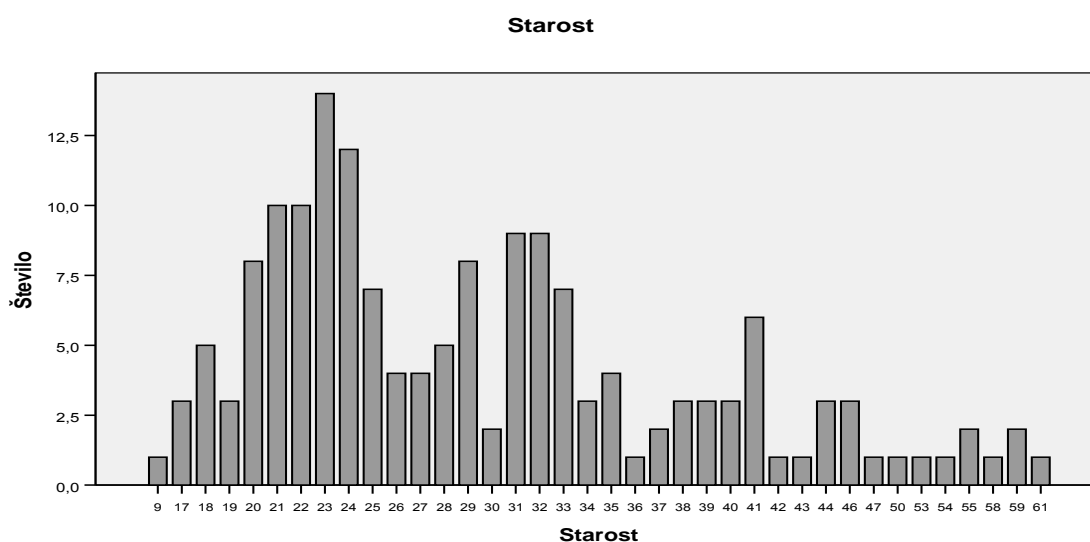
Podatki, potrebni za empirični del tega diplomskega dela, so bili zbrani v sklopu predmeta Raziskovalni seminar, in sicer kot združena raziskava več študentov in študentk. Zbirali smo jih meseca junija 2010 na treh naključno izbranih spletnih forumih, ki smo jih na podlagi pogoja, da je nekdo nekaj napisal pred manj kot enim mesecem, označili kot aktivne. Moj del raziskave se je nanašal na raziskovalno vprašanje **Kako specifične računalniško posredovanega komuniciranja vplivajo na idealizirano samo-predstavitev posameznikov na spletnih forumih**. Metoda zbiranja podatkov je bila spletna anketa, narejena s programom Enka. V celotno raziskavo je bilo vključenih več tematsko združenih spletnih anket, tako je za potrebe tega diplomskega dela primernih 164 enot. Vendar je teh 164 enot odgovarjalo samo na demografska vprašanja, saj je bila anketa kasneje razpolovljena na dva modula in je bilo v nadaljevanju za proučevanje našega problema ustreznih 76 enot. Izmed 164 enot, ki so bile vključene v raziskavo, jih je bilo 98 moškega (približno 60 % vseh enot) in 65 ženskega spola (približno 40 % vseh enot), eden izmed anketirancev pa na to vprašanje ni odgovoril. Razdelitev po spolu prikazuje spodnji graf (glej Graf 5.1).

Graf 5.1: Prikaz porazdelitve enot glede na spol (v procentih).



Povprečna starost anketirancev je bila 29,75 let. Največ (14) anketirancev je bilo starih 23 let. Zanimiv je podatek, da so bili štirje anketiranci mlajši od 18 let, eden izmed njih je bil star samo 9. Najstarejši anketiranec, vključen v analizo, je bil star 61 let. Porazdelitev vzorca glede na starost je prikazana na spodnjem grafu (glej Graf 5.2).

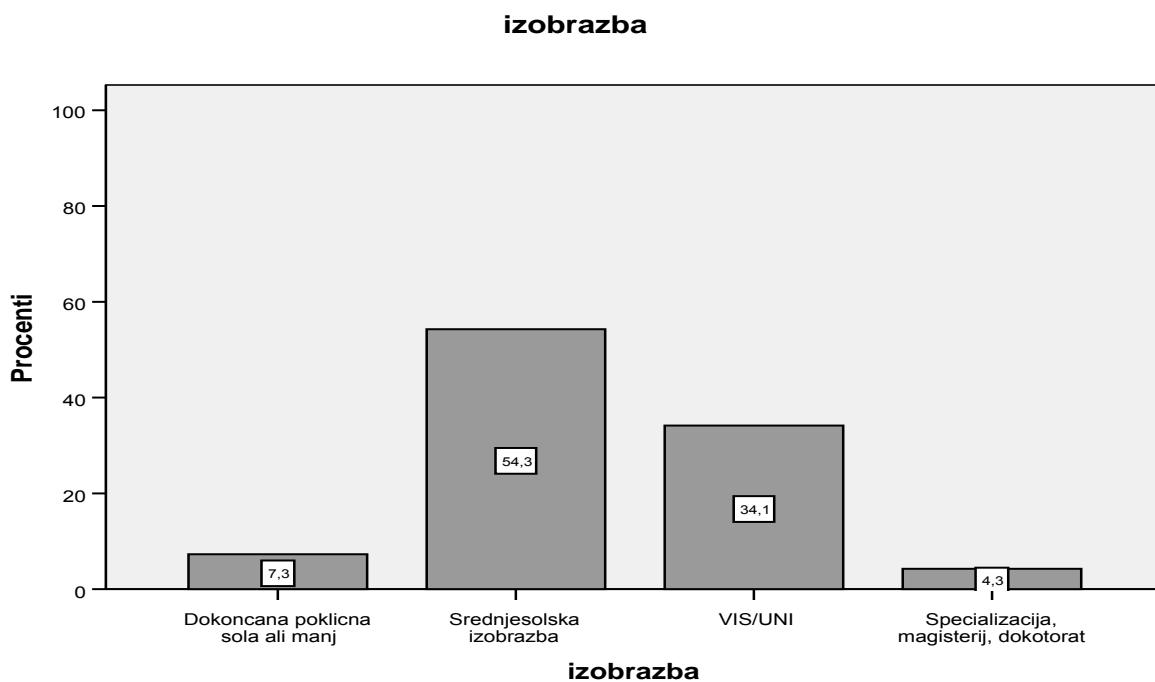
Graf 5.2: Prikaz porazdelitve enot glede na starost.



Glede na izobrazbo se naš vzorec porazdeljuje sledeče. Največ anketirancev ima dokončano srednjo šolo (gimnazija, srednja tehnična), in sicer 54,3 %. Sledijo jim anketiranci z dokončano višjo oziroma visoko šolo ter univerzitetnim študijem (34,1%). Nekaj več kot 7 %

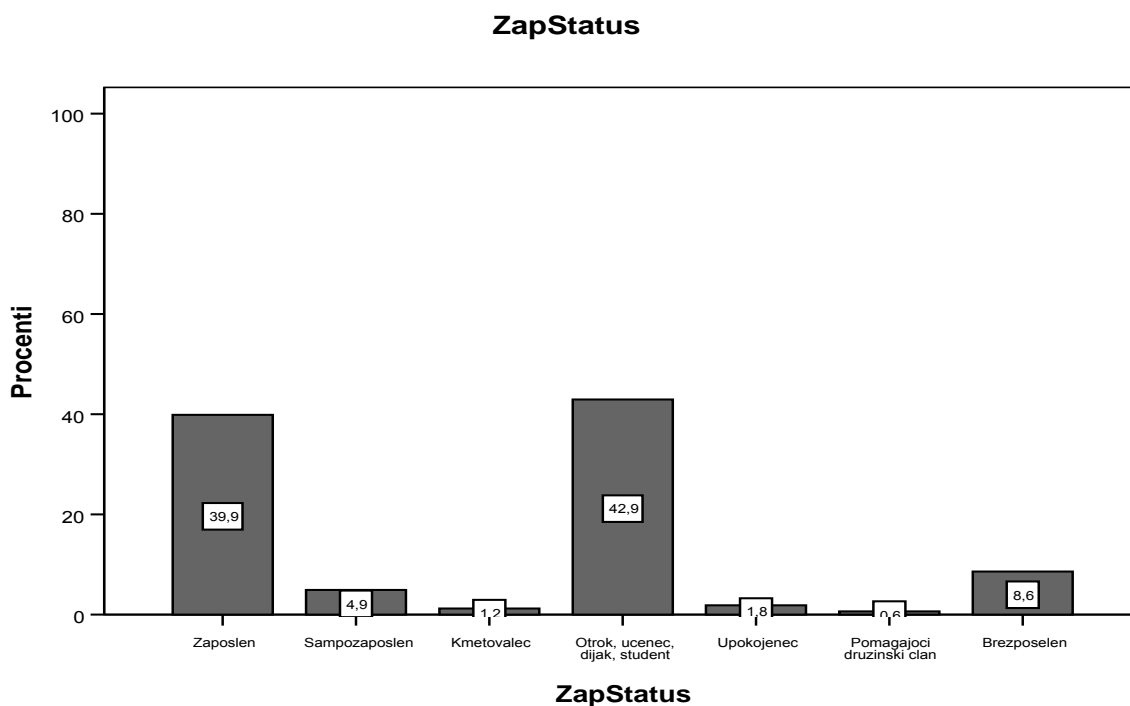
anketirancev ima dokončano poklicno šolo ali manj, najmanj (4,3 %) pa je takih, ki imajo dokončano drugo stopnjo študija ali več. Porazdelitev po izobrazbi je prikazana na spodnjem grafu (glej Graf 5.3).

Graf 5.3: Prikaz porazdelitve enot glede na izobrazbo (v procentih).



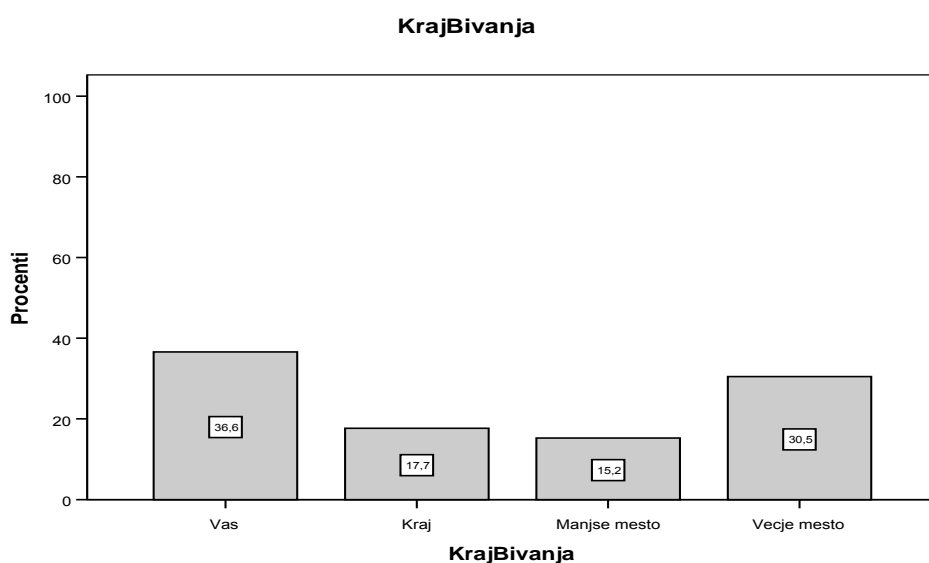
Kar zadeva zaposlitveni status, so naš vzorec sestavljali večinoma posamezniki, ki še niso redno zaposleni (otroci, dijaki, študenti), takih je bilo skoraj 43 %. Sledili so zaposleni (skoraj 40%), brezposelni (nekaj več kot 8 %). Samozaposleni, kmetovalci, pomagajoči člani in upokojenci pa so skupaj predstavljali 8,5 % celotnega vzorca. Sestava vzorca glede na zaposlitveni status je prikazana na spodnjem grafu (glej Graf 5.4).

Graf 5.4: Prikaz porazdelitve enot glede na zaposlitveni status (v procentih).



Na koncu si še pogledjmo, kako se je naš vzorec porazdeljeval glede na kraj bivanja. Kot prikazuje spodnji graf (glej Graf 5.5), največ anketirancev prebiva na vasi (skoraj 37 %), nekaj manj v večjih mestih (skoraj 31 %), v manjšem kraju nekaj manj kot 18 % in v manjših mestih malo več kot 15 %.

Graf 5.5: Prikaz porazdelitve enot glede kraj bivanja (v procentih).



5.4 Analize in rezultati

5.4.1 Preverjanje kakovosti merskih inštrumentov

5.4.1.1 Deskriptivne statistike

V nadaljevanju bomo pred izvedbo same analize pogledali še, kako se porazdeljujejo posamezne merjene spremenljivke.

Tabela 5.1: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo zaznano stopnjo anonimnosti.

Anonimnost	Povprečje	Standardni odklon	Asimetrija	Sploščenost
Uporabniki spletnega foruma se počutijo lagodno, ko drugi ne vedo, kdo v resnici so. (R)	2,15	1,09	0,74	0,04
Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da lahko izrazijo prave občutke, ki jih drugače ne bi (R)	2,07	1,16	1,14	0,66
Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da so do drugih lahko nesramni. (R)	2,61	1,41	0,42	-1,13
Uporabniki spletnega foruma pri izbiri nadimka pazijo, da ne razkrijejo svojega pravega imena (R)	2,65	1,12	0,25	-0,47
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto	3,50	1,11	-0,33	-0,66
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko	2,14	0,96	0,26	-1,02
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime	3,18	1,19	-0,22	-0,51
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo, če ostali ne vedo kdo so (R)	2,45	1,10	0,38	-0,29
R – rekodirana spremenljivka, N=164				
Manjkajoče vrednosti: 88, 89				

Kot vidimo iz števila manjkajočih vrednosti, se je vzorec po sklopu vprašanj o demografiji razdelil na dva modula. Tako je število manjkajočih vrednosti posledica »routinga« in ne posledica neznane napake. Zato bomo v nadaljevanju število manjkajočih vrednosti zanemarili.

Koeficienta asimetrije in sploščenosti nam povesta, kako se porazdeljuje obravnavana spremenljivka. Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabela 5.1) je koeficient asimetrije pri večini spremenljivk pozitiven, kar pomeni, da je porazdelitev rahlo asimetrična v desno. Koeficient sploščenosti pa je pri večini negativen, zato je porazdelitev sploščena. Respondenti so se najbolj strinjali s trditvijo *uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto* (vrednost povprečja 3,5) najmanj pa s trditvijo *anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da lahko izrazijo prave občutke, ki jih drugače ne bi* (vrednost povprečja 2,07). Odgovori respondentov so se od povprečja odklanjali za približno 1 vrednost.

Tabela 5.2: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo zaznano stopnjo odgovornosti.

Odgovornost	Povprečje	Standardni odklon	Asimetrija	Sploščenost
Nič ni narobe, če si na spletnem forumu kdaj kaj izmisliš. (R)	3,99	1,25	-1,03	-0,12
Če za svoja dejanja nisi kaznovan, potem lahko na spletnem forumu govoriš kar želiš (R)	4,28	1,17	-1,63	1,62
Za svoja dejanja moraš biti odgovoren samo takrat, ko obstaja možnost sankcij na spletnem forumu (R)	4,41	1,17	-1,88	2,34
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	3,79	1,34	-0,83	-0,53
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	4,38	1,10	-2,13	3,95
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	4,18	1,23	-1,47	1,04
R – rekodirana spremenljivka, N=164				
Manjkajoče vrednosti: 88				

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabela 5.2), se vrednost koeficienta asimetrije pri vseh vprašanih giblje okoli -1, kar pomeni, da je ta porazdelitev močno asimetrična v levo. Koeficient sploščenosti je v večini pozitiven, kar nakazuje na koničasto porazdelitev. Anketiranci so se najbolj strinjali s trditvijo *za svoja dejanja moraš biti odgovoren samo takrat, ko obstaja možnost sankcij na spletnem forumu* (vrednost povprečja 4,41), najmanj pa s trditvijo *ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico*

(vrednost povprečja 3,79). Odgovori anketirancev so se od povprečja odklanjali za več kot 1 vrednost.

Če pogledamo spodnjo tabelo (glej Tabelo 5.3), vidimo, da so se anketiranci najbolj strinjali s trditvijo *lahko se zanesem na člane spletnega foruma* (vrednost povprečja 3,12). Najmanj pa so se strinjali s trditvijo *opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu* (vrednost povprečja 1,55). Tudi v tem primeru so se v povprečju odgovori odklanjali za 1 vrednost. Kar se tiče asimetričnosti in sploščenosti, lahko glede na podatke rečemo, da je ta porazdelitev asimetrična v desno in sploščena.

Tabela 5.3: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje.

Medosebno zaupanje	Povprečje	Standardni odklon	Asimetrija	Sploščenost
Odkritost na spletnem forumu je v vseh primerih najboljša. (R)	2,50	1,14	0,25	-0,78
Lahko se zanesem na člane spletnega foruma. (R)	3,12	1,25	-0,10	-0,83
Ko nekdo potrebuje pomoč, nasvet, mu pomagam in posledično, ko sam potrebujem pomoč, vem, da mi bodo ostali člani pomagali (R)	2,14	1,03	0,61	-0,10
Bolj ko nekoga poznam, bolj sem mu pripravljen zaupati (R)	2,18	1,21	0,99	0,35
Bolj zaupam osebi, s katero imam na spletnem forumu pogostejše stike (R)	2,37	1,22	0,74	-0,21
Na spletnem forumu pazimo na čustva in občutke drugih uporabnikov. (R)	2,57	1,10	0,57	-0,04
Pri komuniciranju s člani spletnega foruma je najboljša previdnost, vse dokler s svojimi dejanji ne dokažejo, da so vredni zaupanja. (R)	2,51	1,05	0,39	-0,07
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želiš slišati.	1,78	1,01	1,25	0,79
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	1,79	0,88	1,14	1,39
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	2,24	1,08	0,68	-0,05
Večina ljudi misli samo nase	2,59	1,21	0,29	-0,89
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	1,55	0,99	2,13	4,41
R – rekodirana spremenljivka, N=164				
Manjkajoče vrednosti: 88				

Kot prikazuje spodnja tabela (glej Tabelo 5.4), je koeficient asimetrije večinoma pozitiven, kar kaže na asimetrično porazdelitev v desno, koeficient sploščenosti pa negativen, kar kaže na sploščeno porazdelitev. Anketiranci so se najbolj strinjali s trditvijo *vedno jasno izrazim svoje mnenje* (vrednost povprečja 4,23), najmanj pa s trditvijo *pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled* (vrednost povprečja 1,55). Odgovori so se v povprečju odklanjali za 1 vrednost.

Tabela 5.4: Izračun osnovnih statistik za obravnavane spremenljivke, ki merijo idealizirano samo-predstavitev.

Idealizirana samo-predstavitev	Povprečje	Standardni odklon	Asimetrija	Sploščenost
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	3,53	1,34	-0,46	-1,03
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživam določeno mero ugleda.	3,24	1,28	-0,23	-0,96
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil	3,92	1,14	-0,76	-0,25
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	1,71	0,98	1,29	0,92
Vedno jasno izrazim svoje mnenje.	4,23	1,04	-1,36	1,25
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	2,54	1,39	0,42	-1,01
Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	1,86	1,14	1,37	1,13
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje	2,14	1,09	0,59	-0,69
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	2,57	1,14	0,09	-0,84
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	2,55	1,37	0,47	-1,06
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled	1,55	0,99	1,77	2,14
Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki	1,86	1,11	1,24	0,83
Ne zanima me mnenje drugih članov spletnega foruma. (R)	3,75	1,10	-0,58	-0,28
R – rekodirana spremenljivka, N=164				
Manjkajoče vrednosti=87, 88				

5.4.1.2 Faktorska analiza

V drugem delu tega poglavja bomo s pomočjo faktorске analize preverjali povezave med spremenljivkami.. Faktorska analiza proučuje povezave med spremenljivkami ter skuša najti novo množico spremenljivk, ki bi lahko pojasnila skupne lastnosti spremenljivk, njen namen pa je redukcija podatkov. Če poenostavimo, je namen te analize iz večjega števila spremenljivk izluščiti tiste, ki so vsebinsko povezane, in jih združiti v novo skupno spremenljivko. Faktorska analiza torej poizkuša poenostaviti kompleksnost povezav med množico opazovanih spremenljivk z razkritjem skupnih razsežnosti ali faktorjev, ki omogočajo vpogled v osnovno strukturo podatkov (Ferligoj 1995).

Tabela 5.5: Prikaz faktorških uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo anonimnosti.

Merski inštrument anonimnost	Faktor 1	Faktor 2
Uporabniki spletnega foruma se počutijo lagodno, ko drugi ne vedo, kdo v resnici so. (R)	-0,14	-0,90
Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da lahko izrazijo prave občutke, ki jih drugače ne bi (R)	0,15	-0,54
Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da so do drugih lahko nesramni. (R)	0,73	-0,01
Uporabniki spletnega foruma pri izbiri nadimka pazijo, da ne razkrijejo svojega pravega imena (R)	0,66	-0,18
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto	0,33	-0,15
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko	0,32	0,07
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime	0,52	-0,36
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo, če ostali ne vedo kdo so (R)	0,34	-0,62
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	47,088 % (0,81)	

Faktorska analiza nam pri merskem inštrumentu anonimnost, kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabela 5.5), sugerira razdelitev koncepta na dve dimenziji. Prvi faktor opisuje tiste, ki jim anonimnost ne omogoča, da so nesramni do drugih, prav tako pa tudi ne pazijo pri razkrivanju svojega pravega imena in jim je vseeno, ali kdo pozna njihovo pravo ime. Za drugi faktor pa je značilno, da se posamezniki počutijo lagodno, ko drugi ne vedo, kdo so, anonimnost pa jim omogoča tudi izražanje pravih občutkov in se dobro počutijo, če drugi ne vedo kdo so.

Če se sedaj osredotočimo še na vsebinski del, vidimo, da oba faktorja merita diskurzivno anonimnost. Gre za anonimnost, kjer se uporabniki čutijo anonimne, kadar niso javno dostopni njihovi osebni podatki. Smiselno poimenovanje faktorjev bi bilo sledeče; oba merita uporabnikove občutke ob zaznani stopnji diskurzivne anonimnosti, s tem da se pri prvem faktorju uporabniki počutijo bolj lagodne ob razkritju njihove identitete, torej jim anonimnost pomeni manj, kot uporabnikom, ki jih opisuje drugi faktor. Za nadaljnjo analizo bi bilo morda smiselno izključiti indikatorja *uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto* in *uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko*, ki sta se izkazala za nepomembna. V nadaljevanju analize bomo uporabili samo drugi faktor, za katerega je značilna večja pomembnost anonimnosti.

Tabela 5.6: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje.

Merski inštrument medosebno zaupanje	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Odkritost na spletnem forumu je v vseh primerih najboljša. (R)	0,19	0,29	0,09
Lahko se zanesem na člane spletnega foruma. (R)	0,54	0,23	0,04
Ko nekdo potrebuje pomoč, nasvet, mu pomagam in posledično, ko sam potrebujem pomoč, vem, da mi bodo ostali člani pomagali (R)	0,83	0,13	-0,23
Bolj ko nekoga poznam, bolj sem mu pripravljen zaupati (R)	0,25	0,78	-0,11
Bolj zaupam osebi, s katero imam na spletnem forumu pogostejše stike (R)	0,16	0,70	0,01
Na spletnem forumu pazimo na čustva in občutke drugih uporabnikov. (R)	-0,02	0,12	0,47
Pri komuniciranju s člani spletnega foruma je najboljša previdnost, vse dokler s svojimi dejanji ne dokažejo, da so vredni zaupanja. (R)	-0,18	0,57	0,05
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	-0,09	-0,07	0,34
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	0,51	-0,23	0,41
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	0,31	-0,27	0,60
Večina ljudi misli samo nase	0,54	-0,16	0,44
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	0,02	0,15	0,33
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	42,758 % (0,7)		

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabela 5.6), nam zaupanje razpade na tri dimenzije. Vsebina indikatorjev zaradi obrnjenih vrednosti dejansko meri nezaupanje, zato lahko rečemo, da prvi faktor pojasnjuje stanje generalnega nezaupanja v ljudi. Drugi faktor pojasnjuje stanje nezaupanja na podlagi samorazkrivanja, tretji pa, podobno kot prvi, pojasnjuje splošno nezaupanje. Tudi pri tej analizi so se indikatorji *odkritost na spletnem*

forumu je v vseh primerih najboljša. (R), najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati in opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu izkazali za nekoristne in bi jih bilo smiselno izključiti iz nadaljnje analize.

Tabela 5.7: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo medosebno zaupanje po izključitvi slabih indikatorjev.

Merski inštrument medosebno zaupanje	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Lahko se zanesem na člane spletnega foruma. (R)	0,57	0,16	0,10
Ko nekdo potrebuje pomoč, nasvet, mu pomagam in posledično, ko sam potrebujem pomoč, vem, da mi bodo ostali člani pomagali (R)	0,82	0,10	-0,02
Bolj ko nekoga poznam, bolj sem mu pripravljen zaupati (R)	0,31	0,82	-0,02
Bolj zaupam osebi, s katero imam na spletnem forumu pogostejše stike (R)	0,21	0,66	0,03
Na spletnem forumu pazimo na čustva in občutke drugih uporabnikov. (R)	-0,15	0,14	0,49
Pri komuniciranju s člani spletnega foruma je najboljša previdnost, vse dokler s svojimi dejanji ne dokažejo, da so vredni zaupanja. (R)	-0,09	0,54	-0,03
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	0,30	-0,22	0,56
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	0,10	-0,20	0,69
Večina ljudi misli samo nase	0,29	-0,09	0,68
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	53,16 % (0,7)		

Če pogledamo zgornjo tabelo (glej Tabela 5.7), nam tudi po izključitvi slabih faktorjev koncept razpade na tri dimenzije. Prvi faktor tako predstavlja splošno nezaupanje v dobre namene drugih članov, drugi faktor opisuje nezaupanje na podlagi samorazkrivanja, torej gre za medosebno nezaupanje, tretji pa predstavlja, podobno kot prvi, splošno nezaupanje v ljudi. V nadaljnji analizi nas bo zanimalo medosebno zaupanje oziroma nezaupanje, zato bomo ohranili samo drugi faktor.

Če pogledamo spodnjo tabelo (glej Tabela 5.8), tudi koncept odgovornost razpade na dve dimenziji, in sicer prva dimenzija, ki kaže, da se uporabniki spletnih forumov čutijo odgovorne za svoja dejanja. To dimenzijo lahko označimo kot zaznano odgovornost, ki izvira iz moralnih in družbenih aspektov. Auhagen pravi, da bi lahko tovrstno odgovornost razumeli

kot dejanje, kjer subjekt deluje v skladu z moralnimi in etičnimi pogledi in se hkrati zaveda, da je odgovoren za svoja dejanja (Auhagen 2002). Druga dimenzija nakazuje na občutek odgovornosti, ki je odvisen od tega, ali obstaja možnost sankcije. Da je občutek za odgovornost v spletnem okolju zaradi odsotnosti sankcij nižji kot v fizičnem prostoru, je zapisal že Sadar, ki pravi, da ravno odsotnost odgovornih sodb v virtualnih skupnostih povzroča nižjo stopnjo posameznikove odgovornosti (Sadar v Oblak 2000). Torej bomo prvo dimenzijo poimenovali zaznana stopnja moralne odgovornosti in drugo kot zaznana stopnja odgovornosti na podlagi kaznovanja in sankcij. Za potrebe naše analize bomo v nadaljevanju uporabili samo prvi faktor, ki opisuje moralno odgovornost.

Tabela 5.8: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo zaznane odgovornosti.

Merski inštrument odgovornost	Faktor 1	Faktor 2
Nič ni narobe, če si na spletnem forumu kdaj kaj izmisliš. (R)	0,32	0,39
Če za svoja dejanja nisi kaznovan, potem lahko na spletnem forumu govoriš kar želiš (R)	-0,09	0,85
Za svoja dejanja moraš biti odgovoren samo takrat, ko obstaja možnost sankcij na spletnem forumu (R)	0,04	0,64
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	0,61	-0,05
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	0,69	0,07
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	0,74	0,00
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	47,587 % (0,74)	

Prvotno nam indikator idealizirana samopredstavitve razpade na štiri faktorje, kot prikazuje spodnja tabela (glej Tabela 5.9). Ker je število indikatorjev večje, kot smo predvidevali, in se je izkazalo, da so nekateri izmed indikatorjev slabi, bomo v nadaljevanju izključili indikatorje *ne zanima me mnenje drugih članov spletnega foruma; vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil in pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.*

Tabela 5.9: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo idealizirane samo-predstavitev.

Merski inštrument idealizirana samo-predstavitev	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	-0,15	0,41	0,15	0,03
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživam določeno mero ugleda.	0,06	0,13	0,10	0,72
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil.	0,15	0,03	0,14	0,38
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	0,03	-0,05	0,65	0,04
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	-0,01	0,66	-0,30	0,30
Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	0,18	0,26	0,29	0,20
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	0,53	0,06	-0,04	0,23
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	0,96	0,02	-0,10	0,00
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	0,28	0,82	-0,03	-0,21
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	0,41	-0,02	0,11	0,00
Ne zanima me mnjenje drugih članov spletnega foruma	0,08	-0,22	-0,18	0,37
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	44,7 % (0,67)			

Tabela 5.10: Prikaz faktorskih uteži za posamezne spremenljivke, ki merijo stopnjo idealizirane samo-predstavitev po izključitvi slabih indikatorjev.

Merski inštrument idealizirana samo-predstavitev	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	-0,13	0,46	0,20
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživam določeno mero ugleda.	0,43	0,21	-0,06
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	0,08	0,06	0,46
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	0,12	0,77	-0,45
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	0,65	0,03	-0,02
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	0,94	-0,07	0,03
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	0,16	0,61	0,08
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	0,43	-0,06	0,08
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	43,7 % (0,64)		

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabelo 5.10), je sedaj faktorska analiza sugerirala tri dimenzije. Prvi faktor opisuje samopredstavitve, katerih vzrok je želja po izražanju pozitivne samopodobe. Ta faktor bi lahko podprli z Goffmanovo teorijo, ki predpostavlja, da posameznik razvije občutek sebstva, ki ga želi predstaviti drugim oziroma je v skladu z normami, pravili in vrednotami, veljavnimi v danem spletnem okolju. Namen oblikovanja tovrstnega sebstva oziroma samopredstavljanja pa je pridobitev pozitivne samopodobe (Petrič 2002). Zatorej bomo prvi faktor ustrezno s teoretično tipologijo poimenovali *idealizirana samopredstavitve*. Drugi faktor predstavlja predvsem tisti vidik samopredstavljanja, ki je v močni povezavi z realno podobo posameznika. Zanj je značilna želja po izražanju kreativnosti in osebnosti. Ta faktor torej predstavlja tisto samopredstavljanje, ki je manj ali pa sploh ni idealizirano. Tretji faktor pa predstavlja uporabnike, ki se vključujejo v debate samo, ko njihovo mnenje ne izstopa od večinskega, ravno tako jim ni pomembno, da njihova profilna slika izraža njihovo osebnost. Skratka za našo analizo je najprimernejši prvi faktor, ki bo tudi vključen v nadaljevanju analize.

5.4.2 Preverjanje korelacij med spremenljivkami s pomočjo bivariatne analize

Tudi v tem poglavju bomo preverjali povezanost med spremenljivkami. Ker so naše obravnavane spremenljivke intervalnega tipa, bomo za preverjanje povezanosti uporabili Pearsonov koeficient korelacije. To je koeficient, ki zavzame vrednosti znotraj intervala $[-1, 1]$, pri čemer vrednosti koeficienta bliže -1 nakazujejo na negativno povezanost med parom spremenljivk, vrednost bliže 1 pa nakazuje na pozitivno povezanost med parom spremenljivk. Če koeficient zavzame vrednost 0 oziroma okoli ničle, pa povezanosti med paroma spremenljivk ni. Velja omeniti tudi statistično značilnost α , za katero je zaželeno, da je manjša od $0,05$. Če je $\alpha < 0,05$ lahko s 5-odstotnim tveganjem sprejmemo domnevo, da med paroma spremenljivk obstaja povezanost. Če pa je vrednost $\alpha > 0,05$; je stopnja tveganja prevelika, da bi sprejeli domnevo o povezanosti med spremenljivkami (Ferligoj, 1995).

Tabela 5.11: Pearsonov koeficient korelacije med sestavljenimi spremenljivkami.

		Odgovornost	Samopredstavitev	Nezaupanje	Anonimnost
Odgovornost	Pearsonov koeficient	1,00	0,34	-0,27	-0,20
	Signifikanca	.	0,00	0,02	0,09
Samopredstavitev	Pearsonov koeficient	0,34	1,00	-0,25	-0,26
	Signifikanca	0,00	.	0,03	0,02
Nezaupanje	Pearsonov koeficient	-0,27	-0,25	1,00	0,01
	Signifikanca	0,02	0,03	.	0,95
Anonimnost	Pearsonov koeficient	-0,20	-0,26	0,01	1,00
	Signifikanca	0,09	0,02	0,95	.

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabelo 5.11), je vrednost Pearsonovega koeficienta korelacije pri vseh spremenljivkah blizu ne pa enaka 0, kar bi lahko nakazovalo na povezanost med spremenljivkami. Vrednost koeficienta korelacije -0,26 pri spremenljivkah anonimnost in samopredstavitev ob stopnji značilnosti 0,02 pomeni, da med tema dvema spremenljivkama obstaja šibka do srednje močna negativna povezanost. To nakazuje, da nižja kot bo stopnja zaznane diskurzivne anonimnosti, višja bo stopnja idealizirane samopredstavitve posameznika do drugih uporabnikov spletnega foruma. Vrednost koeficienta korelacije -0,20 pri spremenljivkah anonimnost in odgovornost ob stopnji značilnosti 0,09 pomeni, da bi ob domnevi, da obstaja linearna povezava med tema dvema spremenljivkama, tvegali veliko napako, zato ne moremo reči, da med tema dvema spremenljivkama obstaja povezava. Ravno tako je pri spremenljivkah anonimnost in nezaupanje stopnja tveganja, da bi sprejeli napačno predpostavko o linearni povezanosti med spremenljivkami, previsoka, zato ne moremo reči, da med le-tema obstaja linearna povezanost. Da obstaja šibka do srednje močna negativna linearna povezanost med spremenljivkami odgovornost in nezaupanje, nam kažeta negativna vrednost korelacijskega koeficienta -0,27 in stopnja značilnosti 0,02. Torej lahko rečemo, da se bo z višanjem moralne odgovornosti posameznika do drugih članov spletne skupnosti nižala stopnja medosebnega nezaupanja. Šibka do srednje močna pozitivna linearna povezanost pa se kaže med spremenljivkama odgovornost in samopredstavitev, saj je tu koeficient korelacije 0,34 ob stopnji značilnosti 0,00. To pomeni, da višja kot bo stopnja moralne odgovornosti posameznika, višja bo stopnja idealizirane samopredstavitve. Šibka do srednje močna negativna korelacija se kaže pri zadnjem paru spremenljivk, s koeficientom korelacija -0,25 in stopnjo značilnosti 0,03; kar pomeni, da višja kot bo stopnja medosebnega nezaupanja, nižja bo stopnja idealizirane samopredstavitve.

5.4.3 Preverjanje hipotez s pomočjo regresijske analize

Na koncu empiričnega dela bomo s pomočjo regresijske analize še preverjali veljavnost zastavljenih hipotez. Pri linearni regresiji gre za preverjanje vpliva neodvisne spremenljivke na odvisno. Vpliv neodvisne spremenljivke na odvisno bomo preverjali s pomočjo koeficienta beta, ki lahko zavzame vrednost na intervalu $[-1, 1]$, pri čemer vrednosti blizu -1 nakazujejo na negativen vpliv med paroma spremenljivk, vrednosti blizu 1 na pozitiven vpliv, vrednosti okoli nič pa nakazujejo, da neodvisna spremenljivka nima vpliva na odvisno. Tudi pri tej analizi naj bi bila statistična značilnost α manjša ob $0,05$. Če je $\alpha < 0,05$; lahko s 5-odstotnim tveganjem sprejmemo domnevo o vplivu neodvisne spremenljivke na odvisno. Če pa je vrednost $\alpha > 0,05$; je stopnja tveganja prevelika, da bi sprejeli domnevo o vplivu neodvisne spremenljivke na odvisno.

Za preverjanje veljavnosti hipotez bomo potrebovali tri regresijske modele, in sicer regresijski model kjer bo odvisna spremenljivka idealizirana samopredstavitev, neodvisne pa anonimnost, odgovornost in nezaupanje.

Tabela 5.12: Regresijski model za odvisno spremenljivko idealizirana samo-predstavitev in neodvisne spremenljivke anonimnost, odgovornost in nezaupanje.

Odvisna spr. Samopredstavitev	Beta	sig (β)
Anonimnost	-0,216	0,059
Odgovornost	0,243	0,041
Nezaupanje	-0,156	0,176
		R ² = 0,17
		sig (f) = 0,005

Kot lahko vidimo iz zgornje tabele (glej Tabelo 5.12), z našimi neodvisnimi spremenljivkami anonimnost, odgovornost in nezaupanje pojasnimo 17 % celotne variabilnosti idealizirane samopredstavitve. Vrednost signifikance (f) 0,005 nam pove, da se model sicer statistično prilega podatkom, vendar pa je vrednost signifikance (β) le pri spremenljivki odgovornost manjša od 0,05 ob pripadajoči vrednosti koeficienta beta 0,24; ki nam nakazujeta pozitiven vpliv neodvisne spremenljivke na odvisno. Torej lahko rečemo, da obstaja nek pozitiven vpliv stopnje zaznane moralne odgovornosti na idealizirano samopredstavitev. Medtem ko za medosebno nezaupanje in stopnjo diskurzivne anonimnosti ne moremo reči, da obstaja statistično značilen vpliv na stopnjo idealizirane samopredstavitve.

V drugem regresijskem modelu bo odvisna spremenljivka nezaupanje, neodvisni pa anonimnost in odgovornost.

Tabela 5.13: Regresijski model za odvisno spremenljivko nezaupanje in neodvisni spremenljivki odgovornost in anonimnost.

Odvisna spr. Nezaupanje	Beta	sig (β)
Anonimnost	-0,267	0,025
Odgovornost	-0,46	0,694
R2 = 0,07		
sig (f) =0,08		

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabelo 5.13), pojasnimo z neodvisnima spremenljivkama 7 % celotne variabilnosti spremenljivke medosebno nezaupanje. Glede na vrednost sigifikance (f), ki zavzame vrednost 0,08; lahko rečemo, da model ni statistično značilen oziroma se ne prilega podatkom. Vendar pa vrednost signifikance 0,025 in vrednost koeficienta beta -0,267 nakazujeta na statistično značilen negativen vpliv spremenljivke anonimnost na nezaupanje. Za odgovornost pa ne moremo reči, da obstaja statistično značilen vpliv na medosebno nezaupanje.

Pri zadnjem regresijskem modelu nas je zanimal vpliv spremenljivke anonimnost na odgovornost.

Tabela 5.14: Regresijski model za odvisno spremenljivko odgovornost in neodvisno spremenljivko anonimnost.

Odvisna spr. Odgovornost	R2	sig (f)	Beta	sig (β)
Anonimnost	0,04	0,089	-0,199	0,089

Kot je razvidno iz zgornje tabele (glej Tabelo 5.14), pojasnimo s spremenljivko anonimnost zgolj 4 % celotne variabilnosti spremenljivke odgovornost. Vrednost signifikance (f) 0,089 kaže, da model ni statistično značilen oziroma da se model ne prilega podatkom. Pri vrednosti koeficienta beta -0,199 in vrednosti sigifikance 0,089 ne moremo reči, da obstaja negativen vpliv stopnje zaznane diskurzivne anonimnosti na stopnjo moralne odgovornosti.

6 Zaključek

Namen diplomskega dela je bil ugotoviti, kateri dejavniki spletnega okolja vplivajo na način posameznikove samo-predstavitve. Za dejavnike, ki naj bi vplivali na posameznikovo idealizirano samopredstavitev, smo predpostavljali, da izvirajo iz družbenih struktur in so neodvisni od posameznika kot takega. Naslonili smo se na funkcionalistično perspektivo človekovega delovanja, ki predpostavlja, da je delovanje posameznikov odvisno zgolj od družbenih dejavnikov, kot so pritiski, norme, sankcije, pravila, moralna obveza in drugi. Funkcionalistična perspektiva torej predpostavlja, da je vsako delovanje posameznika popolnoma neodvisno od njega in popolnoma podrejeno družbeni strukturi. Strukturni dejavniki, za katere smo predpostavljali, da vplivajo na posameznikovo idealizirano samopredstavitev so: 1. stopnja zaznane diskurzivne anonimnosti, ki smo jo razumeli kot občutek posameznikove anonimnosti, ki temelji na odsotnosti njegovih osebnih podatkov. Ravno tako smo predvidevali, da na posameznikovo idealizirano samopredstavitev vpliva 2. zaznana stopnja odgovornosti posameznika, ki izvira iz moralnih in etičnih kodeksov. Ne nazadnje pa smo tudi predpostavili, da 3. medosebno zaupanje med posamezniki znotraj interakcije vpliva na njihovo stopnjo idealizirane samopredstavitve. Preden smo se lotili preverjanja vplivov prej omenjenih dejavnikov na idealizirano samopredstavljanje posameznika, smo se lotili konceptualizacije samega pojma. Za naše potrebe je bila najprimernejša Goffmanova teorija, ki predpostavlja, da posameznik ustvari občutek sebstva na podlagi kreiranja vtisa. Goffman je predpostavljal, da se posameznik javnosti predstavlja skladno z družbenim kontekstom in samo selektivno, kar pomeni, da oblikuje pozitivno javno podobo, ki jo družba sprejema ter je v skladu z njenimi pravili, normami in vrednotami. Torej smo skozi teorijo predpostavljali, da bodo strukturni dejavniki tisti, ki bodo vplivali na posameznikovo idealizirano samopredstavitev. Skozi preverjanje hipotez pa smo ugotovili, da se kaže pozitiven vpliv zgolj enega strukturnega dejavnika na idealizirano samopredstavitev, in sicer vpliv občutka moralne odgovornosti. Pri občutku posameznikove zaznane stopnje diskurzivne anonimnosti in medosebnega zaupanja pa nismo dokazali nobenega vpliva. Kaj je torej lahko vzrok, da smo skozi teorijo predpostavljali in nakazali na povezavo med obravnavanimi strukturnimi dejavniki in idealizirano samopredstavitvijo, pri empirični obravnavi pa tega nismo mogli potrditi? Razlogov za to je lahko več. Lahko gre za popolnoma sistematično zadevo, in sicer je lahko vzrok slabši merski inštrument. Treba se je namreč zavedati, da bi indikatorji s katerimi smo preverjali teoretske spremenljivke, lahko bili bolj kakovostno zastavljeni. Vzrok lahko tiči tudi pri naboru enot oziroma vzorcu, saj tu ni šlo

za slučajnostno vzorčenje, ampak je na anketo lahko odgovarjal vsak, ki je imel dostop do spletnih forumov, na katerih je bila le-ta objavljena. Osebnostno pa menim, da je vzrok drugje. Skozi teorijo smo govorili o tem, kako internet vedno bolj postaja del družbenega življenja posameznikov, postaja medij druženja in vzpostavljanja medosebnih odnosov. Komunikacija med posamezniki ni torej zgolj strukturne narave, ampak je precej pogojena tudi z njegovimi lastnimi željami, cilji in motivi. Delovanje posameznika na spletu tako ne moremo razumeti zgolj kot produkt, ki nastane na podlagi strukturnih dejavnikov, kot je to trdila funkcionalistična perspektiva. Ravno tako pa ne moremo reči, da vsak posameznik deluje zgolj tako, kot mu to veleva njegova lastna vest, kot so v grobem trdili racionalisti, ali da idealizirana samopredstavitev kot produkt posameznikovega delovanja na spletu nastane zgolj v kontekstu strukturnih dejavnikov ali osebnih razlogov. Giddens nam ponudi tretjo možnost in sicer, ko pravi, da »družbeni akterji delujejo smotno in načrtovano, hkrati pa družbeni procesi delujejo na način, ki se ga posamezniki ne zavedajo« (Giddens v Petrič 2001, 74). Nadalje meni, da je »posameznik večinoma razumen, k smotru usmerjeni ali intencionalno delujoči subjekt, ki v načelu ve, kaj počne, vendar so mu vsebine lastnega početja zgolj omejeno dostopne« (Giddens v Petrič 2001, 74).

Giddens torej predpostavlja, da dejavniki, ki vplivajo na delovanje posameznikov, niso samo strukturni ali osebni, ampak so mešanica obojega. Tako lahko predpostavljamo, da tudi idealizirana samopredstavitev kot rezultat posameznikovega delovanja na spletu ni odvisna zgolj od strukturnih dejavnikov okolja, kot smo predvidevali, ampak tudi od njegovih osebnih želja, ciljev, motivov in drugih. Vsekakor pa so rezultati naše analize dobro izhodišče za nadaljnje razmišljanje. Zanimivo bi bilo opazovati, na kakšen način bi se, če bi se, seveda ugotovitve spremenile, če bi poleg strukturnih dejavnikov vključili tudi osebne vidike posameznikov.

7 Literatura

1. Auhagen, Ann Elisabeth in Hans Werner Bierhoff. 2001. *Responsibility. The many faces of a social phenomenon*. London: Routledge. Dostopno prek: Google books.
2. Cerar, Maja. 2007. Vpliv mladostnikovega samovrednotenja na iskanje socialnih stikov prek spleta. *Socialna pedagogika* 11 (3): 287-310.
3. Dremelj, Polona. 2003. Sorodstvene vezi kot vir socialne opore posameznikov. *Družboslovne razprave* XIX (43): 149-170. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr43Dremelj.PDF> (15. december 2009).
4. Feng, Jinjuan, Jonathan Lazar in Jenny Preece. 2003. Interpersonal Trust and Empathy Online: A Fragile Relationship. *Chi'2003 Short Paper Extended Abstracts* (CD-ROM). Dostopno prek: http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/trust_paper_BIT2.pdf (15. december 2009).
5. Ferligoj, Anuška. 1995. *Osnove statistike*. Ljubljana: Samozaložba.
6. Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity: self and society in the late modern age*. California: Stanford University Press. Dostopno prek: Google Books.
7. Iglič, Hajdeja. 2004. Dejavniki nizke stopnje zaupanja v Sloveniji. *Družboslovne razprave* XX (46/47): 149-175. Dostopno prek: http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/DR46_47-iglic.pdf (20. december 2009).
8. Kovačič, Matej. 2006. *Nadzor in zasebnost v informacijski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/eknjige/EK_Kovacic_2006_Nadzor.pdf (20. december 2009).
9. Kragelj, Boris. 2004. Tanja Oblak: Izzivi e-demokracije. Recenzija. *Družboslovne razprave* XX (46/47): 336-338. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/druzboslovnerazprave/pdfs/dr46-47kragelj.pdf> (15. december 2009).

10. Lemert, Charles in Ann Branaman. 1997. *The Goffman reader*. USA: Blackwell Publishing. Dostopno prek: Google books.
11. Manago Adriana M., Michael B. Graham, Patricia M. Greenfield in Goldie Salimkhan. 2008. Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology* (29): 446–458. Dostopno prek: http://www.cdmc.ucla.edu/Welcome_files/selfpresentationandgender.pdf (25. januar 2010).
12. Marx, Gary T. 1999. What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity. *The Information Society, special issue on anonymous communication forthcoming*. Dostopno prek: <http://web.mit.edu/gtmarx/www/anon.html> (1. avgust 2010).
13. Nissenbaum, Helen. 1991. The Meaning of Anonymity in an Information Age. *The Information Society* (15): 141-144. Dostopno prek: http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/paper_anonymity.html (1. julij 2010).
14. Nooteboom, Bart. 2002. *Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*. UK: Edward Elgar Publishing Limited. Dostopno prek: Google books.
15. 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. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20006oblak.PDF> (15. december 2009).
16. --- 2002. Internet kot nov dejavnik družbenega razlikovanja? *Družboslovne razprave* XVIII (40): 107-119. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr40Oblak.PDF> (8. julij 2010).
17. --- 2004. Kultura druženja Chat room generacije: „Za užitek gre!” *Javnost* (11): S75-S88. Dostopno prek: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/08_oblak_novi.pdf (15. december 2009).
18. Petrič, Gregor. 2001. Delovanje posameznikov v omrežju svetovnega spleta. V *Raziskovalno delo podiplomskih študentov v Sloveniji – novo tisočletje*, ur. Žurej Lobnikar. Ljubljana: Družboslovje in humanistika. Društvo mladih raziskovalcev Slovenije.

19. --- 2002. *Družbeni vidiki osebnih spletnih strani*. Dostopno prek: <http://www.drustvo-informatika.si/fileadmin/dsi2002/prispeliReferati/petric.pdf> (15. december 2009).
20. --- 2003. Erozija hipertekstovne etike med avtorji spletnih mest. *Družboslovne razprave* XIX (44): 119-142. Dostopno prek: <http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/DR44-petric.pdf> (20. december 2009).
21. --- 2007a. *Mobilne refleksije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
22. --- 2007b. *Pretnja preračunljivega individualizma v družbi posredovanih odnosov*. Dostopno prek: <http://www.ris.org/uploads/editor/1224337748petric.PDF> (20. december 2009).
23. --- in Andraž Petrovčič. 2008. Strukturni in upravljavski dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih. *Družboslovne razprave* XXIV (58): 45–67. Dostopno prek: <http://www.ris.org/uploads/editor/123926082358-petric-petrovcic.pdf> (20. december 2010).
24. Praprotnik, Tadej. 2007. Jezik u (kon)tekstu računalno posredovane komunikacije. *Medijska istraživanja* 13 (2): 85-96. Dostopno prek: hrcak.srce.hr/file/40329 (15. december 2009).
25. Ricoeur, Paul in Karl Simms. 2002. *Routledge Critical Thinkers*. London: Routledge. Dostopno prek: Google Books.
26. Robinson, John P., Phillip R. Shaver in Lawrence S. Wrightsman. 1991. *Measures of personality and social psychological attitudes*. San Diego: Academic Press.
27. Siibak, Andra. 2009. Constructing the Self through the Photo selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 3(1) article 1. Dostopno prek: <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1> (30. januar 2010).

28. Slevin, James. 2000/01. *The internet and society*. Cambridge: Polity Press. Dostopno prek: Google Books.
29. Sztompka, Piotr. 1999. *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge: University Press.
30. Subrahmanyam, Kaveri, Stephanie M. Reich, Natalia Waechter in Guadalupe Espinoza. 2008. Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology* (29): 420–433. Dostopno prek: http://www.cdmc.ucla.edu/Welcome_files/onlineoffline.pdf (20. januar 2010).
31. Škerlep, Andrej. 1998. *Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrika in praktična raba v družbenem kontekstu*. Dostopno prek: <http://www.ris.org/uploadi/editor/1223536219pojmovanje.pdf> (20. januar 2010).
32. Turkle, Sherry. 1996. Rethinking Identity Through Virtual Community. *Clicking in: Hot Links to a Digital Culture* 116-122. Seattle: Bay Press. Dostopno prek: http://www.manhattancache.net/pratt/turkle_rethinking-identity.pdf (20. januar 2010).
33. Tsaliki, Liza. 2002. Online forums and the enlargement of public space: research findings from a European project. *The Public* 9 (2): 95-112. Dostopno prek: http://media.uoa.gr/people/tsaliki/wp-content/uploads/2010/07/Tsaliki_Online_Forums_and_Public_Space.pdf (8. julij 2010).
34. Utz, Sonja. 2010. Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one's profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* (15): 314–335. Dostopno prek: <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/123248036/PDFSTART> (29. januar 2010).
35. Uslaner, Eric M. 2002. *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge: University Press. Dostopno prek: Google books.

36. Qian, Hua in Scott Craig R. Anonymity and Self-Disclosure on Weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication* (12): 1428-1451. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00380.x/pdf> (6. junij 2010).

37. Wynn, Eleanor in James Katz. 2008. Hyperbole over Cyberspace: Self-presentation & Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse. *The Information Society* 13 (4): 297-328. Dostopno prek: <http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/13-4%20Wynn.html> (19. januar 2010).

8 Prilogi

Priloga A: Vprašalnik spletne ankete

Ker je bil moj del vprašalnika v sklopu predmeta Raziskovalni seminar združen še z ostalimi kolegi in kolegicami, bo v prilogo vključen samo tisti del vprašalnika, ki je bil upoštevan za to diplomsko delo.

Pozdravljen/a!

Smo skupina študentov Družboslovne informatike, ki pri predmetu Raziskovalni seminar izvajamo raziskavo o različnih socialno psiholoških vidikih delovanja posameznikov v spletnih forumih. Na vas se obračamo s prošnjo za sodelovanje v anketi. Prosimo vas, da na vprašanja odgovarjate iskreno, saj boste s tem močno prispevali h kvaliteti podatkov. Pri odgovarjanju vam je zagotovljena popolna anonimnost, saj bodo vaši odgovori uporabljeni izključno v raziskovalne namene.

Za to, da si boste vzeli nekaj minut vašega časa, se vam vnaprej zahvaljujemo!

...V nadaljevanju bi vam radi zastavili nekaj vprašanj, ki se navezujejo na vaš odnos do izkazovanja lastne identitete v spletnem forumu.

Prosimo, da se osredotočite na spletni forum, v katerem sodelujete. Na lestvici od 1 do 5, kjer ocena 1 pomeni sploh se ne strinjam in ocena 5 pomeni popolnoma se strinjam, ocenite v kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami:

- Uporabniki spletnega foruma se počutijo lagodno, ko drugi ne vedo, kdo v resnici so. (C3b)
- Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto. (C3c)
- Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da lahko izrazijo prave občutke, ki jih drugače ne bi. (C3d)
- Anonimnost uporabnikom spletnega foruma omogoča, da so do drugih lahko nesramni. (C3e)

- Uporabniki spletnega foruma pri izbiri nadimka pazijo, da ne razkrijejo svojega pravega imena. (C3f)
- Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko. (C3g)
- Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime. (C3h)
- Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo, če ostali ne vedo kdo so. (C3i)

Sedaj bi vam radi zastavili nekaj vprašanj, ki se navezujejo na zaupanje med uporabniki spletnega foruma.

Prosimo, da se osredotočite na spletni forum, v katerem sodelujete. Na lestvici od 1 do 5, kjer ocena 1 pomeni sploh se ne strinjam in ocena 5 pomeni popolnoma se strinjam, ocenite v kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami:

- Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati. (C9a)
- Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost. (C9b)
- Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi. (C9c)
- Večina ljudi misli samo nase. (C9d)
- Odkritost na spletnem forumu je v vseh primerih najboljša. (C9e)
- Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu. (C9f)
- Lahko se zanesem na člane spletnega foruma. (C9g)
- Ko nekdo potrebuje pomoč, nasvet, mu pomagam in posledično, ko sam potrebujem pomoč, vem, da mi bodo ostali člani pomagali. (C9h)
- Bolj ko nekoga poznam, bolj sem mu pripravljen zaupati. (C9i)
- Bolj zaupam osebi, s katero imam na spletnem forumu pogostejše stike. (C9j)
- Na spletnem forumu pazimo na čustva in občutke drugih uporabnikov. (C9k)
- Pri komuniciranju s člani spletnega foruma je najboljša previdnost, vse dokler s svojimi dejanji ne dokažejo, da so vredni zaupanja. (C9l)

V nadaljevanju nas bo zanimalo, kakšen odnos imate z drugimi uporabniki spletnega foruma.

Prosimo, da se osredotočite na spletni forum, v katerem sodelujete. Na lestvici od 1 do 5, kjer ocena 1 pomeni sploh se ne strinjam in ocena 5 pomeni popolnoma se strinjam, ocenite v kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami:

- Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico. (C11a)
- Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma. (C11b)
- Nič ni narobe, če si na spletnem forumu kdaj kaj izmisliš. (C11c)
- V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš. (C11d)
- Če za svoja dejanja nisi kaznovan, potem lahko na spletnem forumu govoriš kar želiš. (C11e)
- Za svoja dejanja moraš biti odgovoren samo takrat, ko obstaja možnost sankcij na spletnem forumu. (C11f)

V nadaljevanju bi vam radi zastavili še nekaj vprašanj, ki se nanašajo na vašo predstavitev ostalim uporabnikom spletnega foruma.

- Ali imate na profilu sliko oziroma avatar? (C5)
 1. Da
 2. Ne

- Kaj tvori vaš avatar? (C6)
 1. Fotografija obraza
 2. Stilizirana fotografija obraza
 3. Fotografija, ki nima povezave z mojim obrazom
 4. Fotografija moje celotne podobe, kar pomeni, da je viden tak
 5. Stilska fotografija moje celotne podobe
 6. Fotografija, ki nima povezave z mojo celotno podobo
 7. drugo

Sledi še nekaj trditev, ki se nanašajo na vašo predstavitev na spletnem forumu, vi pa znotraj lestvice od 1 do 5 ocenite v kolikšni meri se z njimi strinjate. Ocena 1 pomeni, da se sploh ne strinjate, ocena 5 pa, da se popolnoma strinjate.

- Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen. (C7d)

- Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživem določeno mero ugleda. (C7e)
- Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil. (C7f)
- V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine. (C7g)
- Vedno jasno izrazim svoje mnenje. (C7h)
- Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost. (C7n)
- Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč. (C7c)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje. (C7o)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje. (C7p)
- Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost. (C7q)
- Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled. (C7r)
- Ne zanima me mnenje drugih članov spletnega foruma. (C7s)
- Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki. (C7t)

Priloga B: Izpisi iz SPSS-a

1. Opis vzorca

Statistics

		Starost	izobrazba	ZapStatus	KrajBivanja	Spol (obkrožite)
N	Valid	164	164	163	164	163
	Missing	0	0	1	0	1
Mean		29,75	2,35	2,98	2,40	1,40
Minimum		9	1	1	1	1
Maximum		61	4	7	4	2

Starost

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 9	1	,6	,6	,6
17	3	1,8	1,8	2,4
18	5	3,0	3,0	5,5
19	3	1,8	1,8	7,3
20	8	4,9	4,9	12,2
21	10	6,1	6,1	18,3
22	10	6,1	6,1	24,4
23	14	8,5	8,5	32,9
24	12	7,3	7,3	40,2
25	7	4,3	4,3	44,5
26	4	2,4	2,4	47,0
27	4	2,4	2,4	49,4
28	5	3,0	3,0	52,4
29	8	4,9	4,9	57,3
30	2	1,2	1,2	58,5
31	9	5,5	5,5	64,0
32	9	5,5	5,5	69,5
33	7	4,3	4,3	73,8
34	3	1,8	1,8	75,6
35	4	2,4	2,4	78,0
36	1	,6	,6	78,7
37	2	1,2	1,2	79,9
38	3	1,8	1,8	81,7
39	3	1,8	1,8	83,5
40	3	1,8	1,8	85,4
41	6	3,7	3,7	89,0
42	1	,6	,6	89,6
43	1	,6	,6	90,2
44	3	1,8	1,8	92,1
46	3	1,8	1,8	93,9
47	1	,6	,6	94,5
50	1	,6	,6	95,1
53	1	,6	,6	95,7
54	1	,6	,6	96,3
55	2	1,2	1,2	97,6
58	1	,6	,6	98,2
59	2	1,2	1,2	99,4
61	1	,6	,6	100,0
Total	164	100,0	100,0	

izobrazba

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dokoncana poklicna sola ali manj	12	7,3	7,3	7,3
	Srednjesolska izobrazba	89	54,3	54,3	61,6
	VIS/UNI	56	34,1	34,1	95,7
	Specializacija, magisterij, doktorat	7	4,3	4,3	100,0
	Total	164	100,0	100,0	

ZapStatus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Zaposlen	65	39,6	39,9	39,9
	Samozaposlen	8	4,9	4,9	44,8
	Kmetovalec	2	1,2	1,2	46,0
	Otrok, ucenec, dijak, student	70	42,7	42,9	89,0
	Upokojenec	3	1,8	1,8	90,8
	Pomagajoci druzinski clan	1	,6	,6	91,4
	Brezposelen	14	8,5	8,6	100,0
	Total	163	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		164	100,0		

KrajBivanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Vas	60	36,6	36,6	36,6
	Kraj	29	17,7	17,7	54,3
	Manjse mesto	25	15,2	15,2	69,5
	Vecje mesto	50	30,5	30,5	100,0
	Total	164	100,0	100,0	

Spol (obkrožite)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Moški	98	59,8	60,1	60,1
	Ženski	65	39,6	39,9	100,0
	Total	163	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		164	100,0		

2. Opisne statistike

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis
	Valid	Missing							
Pri izbiri vzdeyka poskušam biti kreativen.	77	87	3,53	4,00	1,343	-,455	,274	-1,035	,541
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživem določeno mero ugleda.	76	88	3,24	3,00	1,284	-,226	,276	-,963	,545
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil.	77	87	3,92	4,00	1,144	-,763	,274	-,250	,541
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	77	87	1,71	1,00	,985	1,287	,274	,924	,541
Vedno jasno izrazim svoje mnenje.	77	87	4,23	5,00	1,037	-1,359	,274	1,254	,541
Pomembno je, da moja profina slika odraža mojo osebnost.	76	88	2,54	2,50	1,390	,421	,276	-1,013	,545
Pri izbiri profile slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	77	87	1,86	1,00	1,144	1,371	,274	1,134	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	76	88	2,14	2,00	1,092	,589	,276	-,691	,545
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	77	87	2,57	3,00	1,141	,093	,274	-,843	,541
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	77	87	2,55	2,00	1,372	,467	,274	-1,062	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	77	87	1,55	1,00	,994	1,769	,274	2,136	,541
Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki.	77	87	1,86	1,00	1,109	1,242	,274	,827	,541
Ne zanima me mnenje drugih članov spletnega foruma	77	87	3,75	4,00	1,102	-,580	,274	-,282	,541

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis
	Valid	Missing							
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	77	87	3,53	4,00	1,343	-,455	,274	-1,035	,541
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživem določeno mero ugleda.	76	88	3,24	3,00	1,284	-,226	,276	-,963	,545
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil.	77	87	3,92	4,00	1,144	-,763	,274	-,250	,541
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	77	87	1,71	1,00	,985	1,287	,274	,924	,541
Vedno jasno izrazim svoje mnenje.	77	87	4,23	5,00	1,037	-1,359	,274	1,254	,541
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	76	88	2,54	2,50	1,390	,421	,276	-1,013	,545
Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	77	87	1,86	1,00	1,144	1,371	,274	1,134	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	76	88	2,14	2,00	1,092	,589	,276	-,691	,545
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	77	87	2,57	3,00	1,141	,093	,274	-,843	,541
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	77	87	2,55	2,00	1,372	,467	,274	-1,062	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	77	87	1,55	1,00	,994	1,769	,274	2,136	,541
Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki.	77	87	1,86	1,00	1,109	1,242	,274	,827	,541
Ne zanima me mnjenje drugih članov spletnega foruma	77	87	3,75	4,00	1,102	-,580	,274	-,282	,541

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis
	Valid	Missing							
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	77	87	3,53	4,00	1,343	-,455	,274	-1,035	,541
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživem določeno mero ugleda.	76	88	3,24	3,00	1,284	-,226	,276	-,963	,545
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil.	77	87	3,92	4,00	1,144	-,763	,274	-,250	,541
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	77	87	1,71	1,00	,985	1,287	,274	,924	,541
Vedno jasno izrazim svoje mnenje.	77	87	4,23	5,00	1,037	-1,359	,274	1,254	,541
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	76	88	2,54	2,50	1,390	,421	,276	-1,013	,545
Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	77	87	1,86	1,00	1,144	1,371	,274	1,134	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	76	88	2,14	2,00	1,092	,589	,276	-,691	,545
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	77	87	2,57	3,00	1,141	,093	,274	-,843	,541
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	77	87	2,55	2,00	1,372	,467	,274	-1,062	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	77	87	1,55	1,00	,994	1,769	,274	2,136	,541
Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki.	77	87	1,86	1,00	1,109	1,242	,274	,827	,541
Ne zanima me mnjenje drugih članov spletnega foruma	77	87	3,75	4,00	1,102	-,580	,274	-,282	,541

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Skewness	Std. Error of Skewness	Kurtosis	Std. Error of Kurtosis
	Valid	Missing							
Pri izbiri vzdevka poskušam biti kreativen.	77	87	3,53	4,00	1,343	-,455	,274	-1,035	,541
Pomembno mi je, da na spletnem forumu uživem določeno mero ugleda.	76	88	3,24	3,00	1,284	-,226	,276	-,963	,545
Vedno pazim, da na spletni forum pišem takšna sporočila, s katerimi se ne bom osramotil.	77	87	3,92	4,00	1,144	-,763	,274	-,250	,541
V debato se vključim samo takrat, kadar moje mnenje ne odstopa od večine.	77	87	1,71	1,00	,985	1,287	,274	,924	,541
Vedno jasno izrazim svoje mnenje.	77	87	4,23	5,00	1,037	-1,359	,274	1,254	,541
Pomembno je, da moja profilna slika odraža mojo osebnost.	76	88	2,54	2,50	1,390	,421	,276	-1,013	,545
Pri izbiri profilne slike pazim, da bom objavil sliko, ki bo ostalim všeč.	77	87	1,86	1,00	1,144	1,371	,274	1,134	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma odobrijo moje mnenje.	76	88	2,14	2,00	1,092	,589	,276	-,691	,545
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moje ideje.	77	87	2,57	3,00	1,141	,093	,274	-,843	,541
Pomembno je, da moj vzdevek odraža mojo osebnost.	77	87	2,55	2,00	1,372	,467	,274	-1,062	,541
Pomembno mi je, da drugi uporabniki spletnega foruma sprejmejo moj telesni izgled.	77	87	1,55	1,00	,994	1,769	,274	2,136	,541
Če profilu objavim svoje osebne podatki, ti niso v skladu z resničnimi podatki.	77	87	1,86	1,00	1,109	1,242	,274	,827	,541
Ne zanima me mnjenje drugih članov spletnega foruma	77	87	3,75	4,00	1,102	-,580	,274	-,282	,541

3. Bivariatna analiza

Correlations

		fak1samop	fak2anon	fak1odg	fak2nezaup
fak1samop	Pearson Correlation	1	-,264(*)	,340(**)	-,253(*)
	Sig. (2-tailed)	.	,025	,003	,031
	N	74	72	73	73
fak2anon	Pearson Correlation	-,264(*)	1	-,199	,007
	Sig. (2-tailed)	,025	.	,089	,952
	N	72	74	74	74
fak1odg	Pearson Correlation	,340(**)	-,199	1	-,271(*)
	Sig. (2-tailed)	,003	,089	.	,018
	N	73	74	76	76
fak2nezaup	Pearson Correlation	-,253(*)	,007	-,271(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,031	,952	,018	.
	N	73	74	76	76

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Faktorska analiza

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
brekodiran	18,57	29,564	,501	,795
drekodiran	18,64	28,618	,540	,790
erekodiran	18,09	26,553	,557	,789
frekodiran	18,07	27,872	,637	,776
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto.	17,22	30,610	,389	,811
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko.	18,62	33,608	,211	,828
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime.	17,55	26,990	,679	,769
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo ce ostali ne vedo kdo so	18,26	27,152	,719	,764

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20,72	36,727	6,060	8

Communalities

	Initial	Extraction
brekodiran	,463	,716
drekodiran	,388	,393
erekodiran	,439	,548
frekodiran	,493	,577
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto.	,225	,180
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko.	,089	,088
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime.	,520	,572
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo ce ostali ne vedo kdo so	,592	,692

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

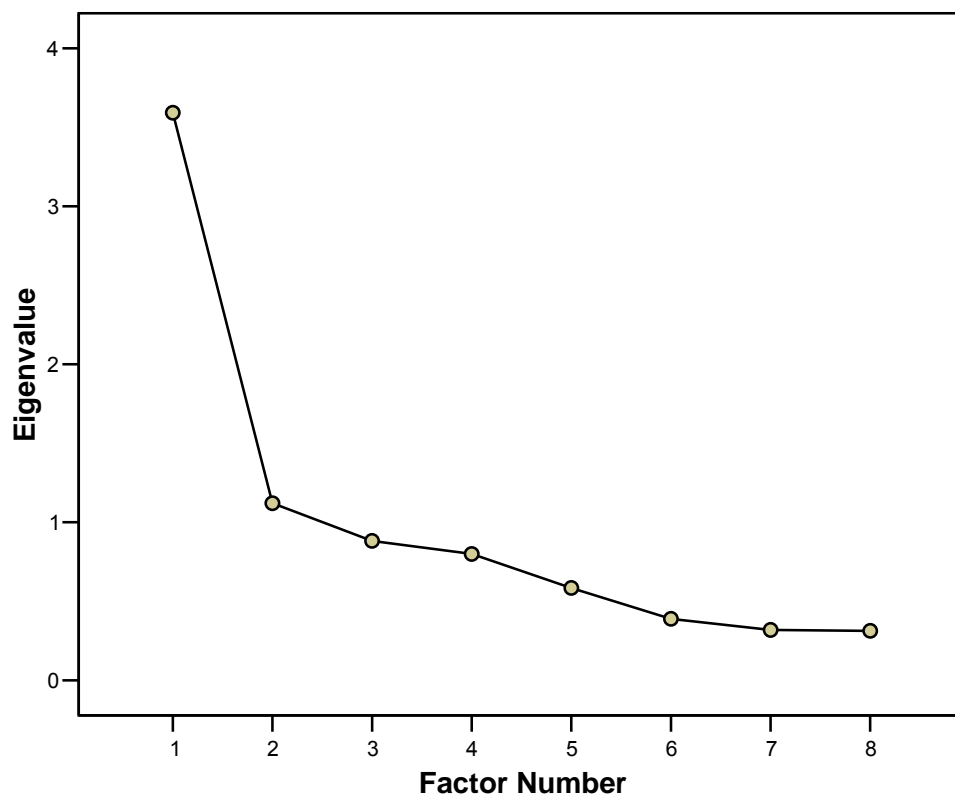
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3,592	44,904	44,904	3,152	39,395	39,395	2,444
2	1,121	14,012	58,916	,615	7,693	47,088	2,505
3	,882	11,027	69,943				
4	,800	9,999	79,942				
5	,584	7,304	87,247				
6	,389	4,859	92,105				
7	,319	3,985	96,090				
8	,313	3,910	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Factor

Matrix(a)

	Factor	
	1	2
brekodiran	,658	-,533
drekodiran	,595	-,196
erekodiran	,634	,382
frekodiran	,714	,260
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto.	,413	,096
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko.	,210	,209
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime.	,751	,090
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo ce ostali ne vedo kdo so	,821	-,136

Extraction Method: Principal Axis Factoring.
a 2 factors extracted. 24 iterations required.

Pattern Matrix(a)

	Factor	
	1	2
brekodiran	-,145	-,904
drekodiran	,148	-,544
erekodiran	,735	-,012
frekodiran	,661	-,177
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto.	,330	-,154
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko.	,324	,075
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime.	,516	-,362
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo ce ostali ne vedo kdo so	,335	-,621

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 11 iterations.

Structure Matrix

	Factor	
	1	2
brekodiran	,277	-,837
drekodiran	,402	-,613
erekodiran	,740	-,354
frekodiran	,744	-,485
Uporabniki spletnega foruma se še vedno počutijo varno, četudi drugi poznajo njihovo pravo identiteto.	,402	-,308
Uporabniki spletnega foruma v avatarju prikažejo svojo osebno sliko.	,289	-,076
Uporabnikom spletnega foruma je vseeno, če kateri izmed uporabnikov pozna njihovo pravo ime.	,685	-,603
Uporabniki spletnega foruma se dobro počutijo ce ostali ne vedo kdo so	,625	-,777

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2
1	1,000	-,466
2	-,466	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	46,3
	Excluded(a)	88	53,7
	Total	164	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C11rek	21,04	16,332	,507	,695
C11erek	20,75	17,363	,437	,715
C11frek	20,62	17,279	,450	,712
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	21,24	16,850	,397	,730
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	20,64	16,765	,563	,683
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	20,84	16,268	,527	,689

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25,03	23,013	4,797	6

Communalities

	Initial	Extraction
C11crek	,368	,362
C11erek	,337	,658
C11frek	,323	,431
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	,302	,341
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	,368	,522
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	,397	,542

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

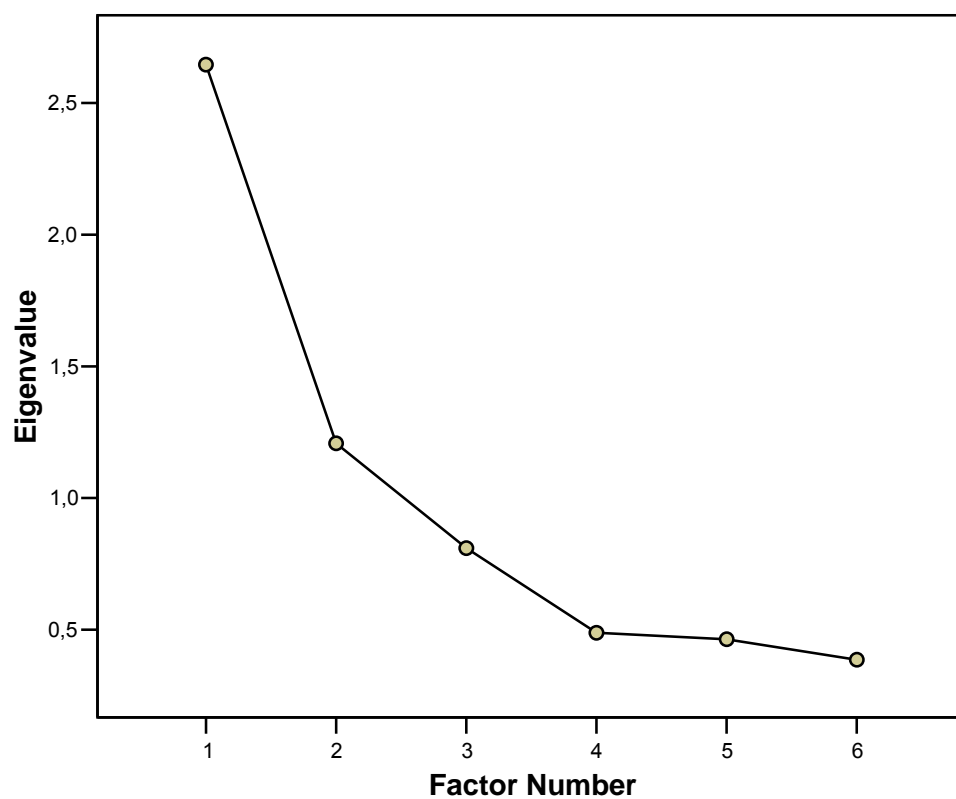
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,646	44,094	44,094	2,129	35,488	35,488	1,819
2	1,208	20,127	64,222	,726	12,099	47,587	1,650
3	,810	13,494	77,716				
4	,488	8,136	85,852				
5	,463	7,722	93,574				
6	,386	6,426	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Factor

Matrix(a)

	Factor	
	1	2
C11rek	,596	,080
C11rek	,605	,540
C11frek	,553	,355
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	,491	-,316
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	,664	-,284
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	,648	-,350

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a Attempted to extract 2 factors. More than 25 iterations required. (Convergence=,001). Extraction was terminated.

Pattern Matrix(a)

	Factor	
	1	2
C11rek	,316	,391
C11erek	-,094	,848
C11frek	,039	,638
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	,606	-,054
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	,689	,069
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	,738	-,004

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 5 iterations.

Structure Matrix

	Factor	
	1	2
C11rek	,489	,530
C11erek	,281	,807
C11frek	,321	,656
Ostalim uporabnikom spletnega foruma se čutim dolžnega govoriti resnico.	,582	,213
Odgovoren sem za svoje izjave, ki jih posredujem ostalim uporabnikom spletnega foruma.	,720	,373
V nobenem primeru ni prav, da ostalim uporabnikom spletnega foruma lažeš.	,736	,322

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2
1	1,000	,441
2	,441	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	46,3
	Excluded(a)	88	53,7
	Total	164	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,697	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C9erek	24,84	34,908	,319	,680
C9grek	24,22	31,883	,497	,650
C9hrek	25,20	33,787	,472	,659
C9irek	25,16	33,495	,396	,668
C9jrek	24,97	33,519	,388	,669
C9krek	24,78	35,883	,258	,689
C9lrek	24,83	37,637	,136	,705
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	25,57	38,729	,058	,714
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	25,55	35,397	,410	,670
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	25,11	35,109	,329	,679
Večina ljudi misli samo nase.	24,75	32,777	,450	,659
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	25,79	36,435	,260	,688

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27,34	40,495	6,364	12

Communalities

	Initial	Extraction
C9erek	,193	,156
C9grek	,434	,397
C9hrek	,473	,711
C9irek	,631	,748
C9jrek	,521	,558
C9krek	,196	,226
C9lrek	,303	,312
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	,151	,118
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	,473	,552
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	,561	,617
Večina ljudi misli samo nase.	,573	,606
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	,195	,130

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

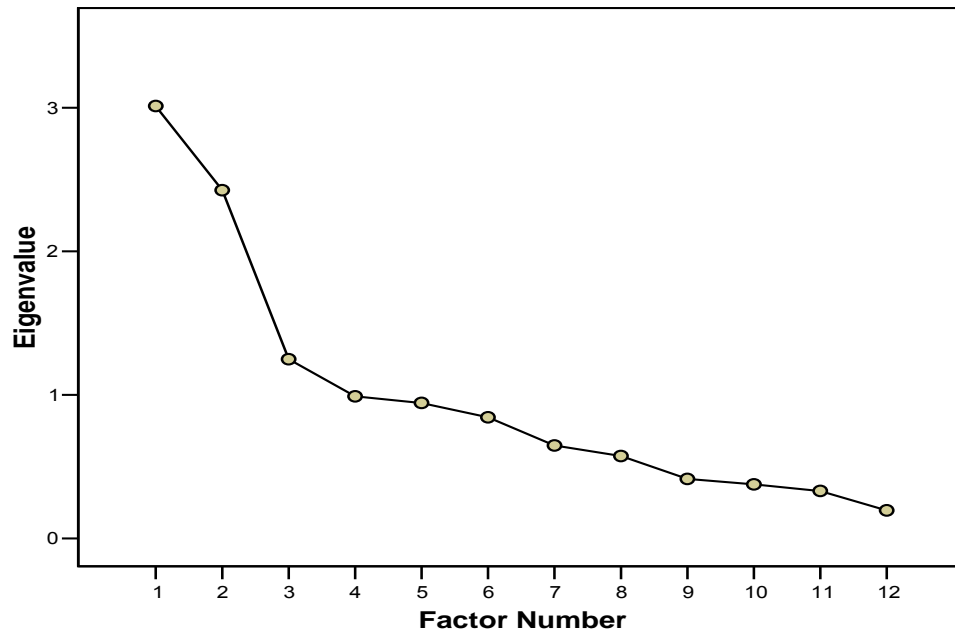
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3,012	25,100	25,100	2,551	21,256	21,256	2,191
2	2,426	20,217	45,317	1,978	16,487	37,743	1,933
3	1,249	10,406	55,723	,602	5,015	42,758	1,604
4	,990	8,248	63,971				
5	,943	7,862	71,833				
6	,843	7,027	78,860				
7	,647	5,392	84,252				
8	,574	4,784	89,036				
9	,414	3,449	92,486				
10	,376	3,136	95,622				
11	,330	2,753	98,375				
12	,195	1,625	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Factor

Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C9erek	,344	,181	,068
C9grek	,604	,124	-,128
C9hrek	,686	,184	-,456
C9irek	,506	,697	,082
C9jrek	,447	,575	,168
C9krek	,282	-,174	,341
C9lrek	,109	,463	,293
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	,064	-,252	,224
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	,571	-,473	-,042
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	,485	-,599	,153
Večina ljudi misli samo nase.	,648	-,431	-,008
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	,254	-,072	,246

Extraction Method: Principal Axis Factoring.
a. 3 factors extracted. 20 iterations required.

Pattern Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C9erek	,193	,292	,087
C9grek	,538	,227	,044
C9hrek	,833	,134	-,232
C9irek	,254	,778	-,105
C9jrek	,159	,702	,007
C9krek	-,018	,118	,473
C9lrek	-,176	,568	,049
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	-,091	-,074	,338
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	,508	-,234	,407
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	,313	-,266	,603
Večina ljudi misli samo nase.	,538	-,158	,440
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	,019	,146	,332

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 11 iterations.

Structure Matrix

	Factor		
	1	2	3
C9erek	,267	,321	,117
C9grek	,590	,320	,165
C9hrek	,798	,297	-,031
C9irek	,367	,830	-,089
C9jrek	,287	,730	,004
C9krek	,122	,086	,461
C9lrek	-,062	,533	-,030
Najboljši pristop pri komuniciranju s člani spletnega foruma je, da jim poveš tisto, kar si želijo slišati.	-,019	-,111	,320
Večina ljudi na spletnem forumu bi me skušala izkoristiti, če bi imeli priložnost.	,569	-,168	,549
Večina ljudi na spletnem forumu je prijaznih zaradi lastne koristi.	,417	-,247	,698
Večina ljudi misli samo nase.	,621	-,089	,586
Opravičljivo je, da med pogovorom na spletnem forumu lažemo drug drugemu.	,129	,129	,328

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2	3
1	1,000	,179	,252
2	,179	1,000	-,061
3	,252	-,061	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	46,3
	Excluded (a)	88	53,7
	Total	164	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C9grek	18,3947	22,162	,491	,640
C9hrek	19,3684	23,276	,524	,639
C9irek	19,3289	23,024	,436	,653
C9jrek	19,1447	23,459	,388	,664
C9krek	18,9474	25,784	,228	,695
C9lrek	19,0000	27,147	,117	,713
C9b	19,7237	25,349	,382	,668
C9c	19,2763	25,189	,292	,682
C9d	18,9211	22,660	,468	,646

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21,5132	29,533	5,43444	9

Correlation Matrix

	Correlation								
	C9grek	C9hrek	C9irek	C9jrek	C9krek	C9lrek	C9b	C9c	C9d
C9grek	1,000	,534	,338	,320	,086	,065	,287	,136	,330
C9hrek	,534	1,000	,429	,318	-,014	,066	,327	,196	,326
C9irek	,338	,429	1,000	,677	,001	,449	-,051	-,146	,107
C9jrek	,320	,318	,677	1,000	,101	,297	-,063	-,077	,040
C9krek	,086	-,014	,001	,101	1,000	,080	,302	,256	,255
C9lrek	,065	,066	,449	,297	,080	1,000	-,198	-,143	-,168
C9b	,287	,327	-,051	-,063	,302	-,198	1,000	,513	,565
C9c	,136	,196	-,146	-,077	,256	-,143	,513	1,000	,644
C9d	,330	,326	,107	,040	,255	-,168	,565	,644	1,000

Communalities

	Initial	Extraction
C9grek	,355	,411
C9hrek	,434	,695
C9irek	,627	,847
C9jrek	,494	,525
C9krek	,183	,226
C9lrek	,290	,291
C9b	,446	,545
C9c	,506	,573
C9d	,568	,672

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

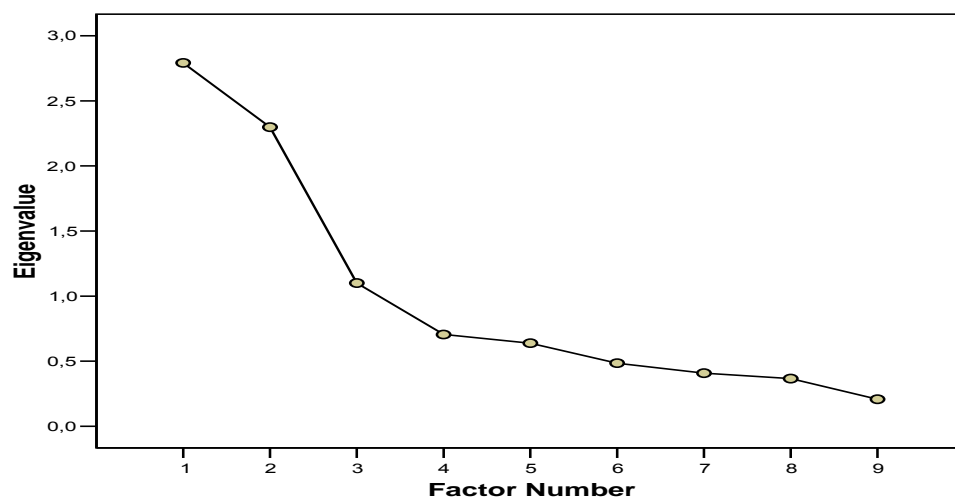
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,792	31,017	31,017	2,386	26,510	26,510	1,812
2	2,298	25,532	56,549	1,899	21,096	47,605	1,731
3	1,100	12,226	68,775	,500	5,554	53,159	1,864
4	,705	7,834	76,609				
5	,638	7,094	83,703				
6	,485	5,387	89,090				
7	,408	4,534	93,625				
8	,366	4,069	97,693				
9	,208	2,307	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C9grek	,587	,149	-,209
C9hrek	,693	,195	-,421
C9irek	,499	,760	,142
C9jrek	,401	,584	,154
C9krek	,264	-,164	,360
C9lrek	,069	,474	,248
C9b	,578	-,459	,003
C9c	,505	-,535	,177
C9d	,698	-,415	,114

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a 3 factors extracted. 22 iterations required.

Pattern Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C9grek	,570	,155	,095
C9hrek	,819	,100	-,023
C9irek	,313	,823	-,017
C9jrek	,214	,662	,028
C9krek	-,154	,142	,491
C9lrek	-,092	,540	-,029
C9b	,299	-,215	,561
C9c	,096	-,197	,686
C9d	,290	-,085	,685

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 11 iterations.

Structure Matrix

	Factor		
	1	2	3
C9grek	,618	,228	,241
C9hrek	,827	,217	,196
C9irek	,424	,868	,001
C9jrek	,316	,690	,033
C9krek	,002	,079	,437
C9lrek	-,024	,529	-,100
C9b	,424	-,219	,662
C9c	,259	-,240	,730
C9d	,467	-,101	,772

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2	3
1	1,000	,142	,277
2	,142	1,000	-,083
3	,277	-,083	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	45,1
	Excluded (a)	90	54,9
	Total	164	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,696	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C7d	25,64	37,934	,146	,710
C7e	25,95	32,764	,526	,642
C7g	27,46	39,649	,124	,704
C7n	26,62	33,827	,404	,664
C7o	27,03	34,410	,506	,650
C7p	26,61	33,803	,524	,646
C7q	26,61	34,022	,387	,668
C7r	27,65	38,094	,265	,686
C7f	25,26	35,892	,355	,673
C7c	27,30	34,458	,467	,655
C7s_R	25,38	39,773	,081	,713

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29,15	42,128	6,491	11

Correlation Matrix

	C7d	C7e	C7g	C7n	C7o	C7p	C7q	C7r	C7f	C7c	C7s_R
Correlation C7d	1,000	,082	,113	,210	,050	-,076	,301	-,097	-,070	,263	-,105
C7e	,082	1,000	,084	,352	,362	,399	,162	,185	,441	,298	,207
C7g	,113	,084	1,000	-,122	,010	,066	,096	,125	,176	,225	-,105
C7n	,210	,352	-,122	1,000	,194	,182	,502	,068	,167	,232	,090
C7o	,050	,362	,010	,194	1,000	,621	,173	,242	,281	,339	,238
C7p	-,076	,399	,066	,182	,621	1,000	,280	,387	,334	,247	,196
C7q	,301	,162	,096	,502	,173	,280	1,000	,104	,167	,267	-,223
C7r	-,097	,185	,125	,068	,242	,387	,104	1,000	,062	,267	,071
C7f	-,070	,441	,176	,167	,281	,334	,167	,062	1,000	,152	,088
C7c	,263	,298	,225	,232	,339	,247	,267	,267	,152	1,000	,016
C7s_R	-,105	,207	-,105	,090	,238	,196	-,223	,071	,088	,016	1,000

Communalities

	Initial	Extraction
C7d	,216	,215
C7e	,376	,608
C7g	,155	,416
C7n	,393	,586
C7o	,453	,457
C7p	,529	,908
C7q	,441	,732
C7r	,215	,190
C7f	,277	,247
C7c	,287	,318
C7s_R	,197	,240

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

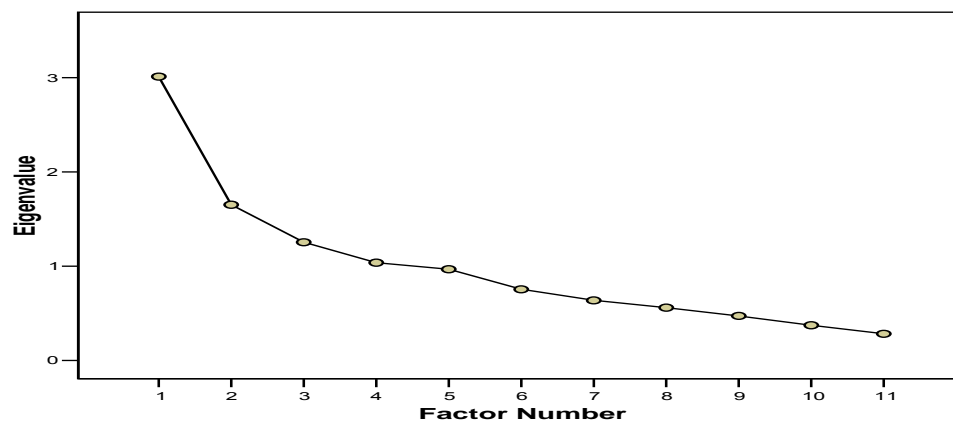
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3,011	27,376	27,376	2,573	23,388	23,388	2,039
2	1,652	15,016	42,392	1,144	10,397	33,786	1,544
3	1,254	11,396	53,787	,680	6,181	39,967	,762
4	1,037	9,431	63,218	,521	4,735	44,702	1,627
5	,967	8,795	72,013				
6	,754	6,857	78,870				
7	,637	5,789	84,659				
8	,560	5,090	89,749				
9	,472	4,293	94,042				
10	,373	3,391	97,434				
11	,282	2,566	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Factor Matrix(a)

	Factor			
	1	2	3	4
C7d	,146	,424	,066	,100
C7e	,645	-,099	-,119	,410
C7g	,153	,081	,590	,197
C7n	,498	,401	-,417	,067
C7o	,630	-,234	-,020	-,073
C7p	,790	-,375	,066	-,371
C7q	,512	,634	,014	-,260
C7r	,352	-,156	,166	-,117
C7f	,439	-,107	,041	,202
C7c	,483	,154	,215	,120
C7s_R	,176	-,361	-,244	,140

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a Attempted to extract 4 factors. More than 25 iterations required. (Convergence=,003). Extraction was terminated.

Pattern Matrix(a)

	Factor			
	1	2	3	4
C7d	-,148	,407	,149	,033
C7e	,057	,129	,098	,716
C7g	,032	-,051	,649	,038
C7n	-,011	,656	-,298	,302
C7o	,531	,058	-,041	,233
C7p	,955	,022	-,099	,005
C7q	,280	,816	-,027	-,212
C7r	,412	-,024	,105	,002
C7f	,148	,035	,141	,380
C7c	,181	,256	,290	,197
C7s_R	,075	-,216	-,184	,371

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 12 iterations.

Structure Matrix

	Factor			
	1	2	3	4
C7d	-,067	,425	,213	,018
C7e	,407	,254	,111	,756
C7g	,123	,091	,641	,027
C7n	,165	,635	-,173	,396
C7o	,637	,143	,030	,481
C7p	,948	,114	,023	,441
C7q	,277	,815	,181	,027
C7r	,423	,046	,151	,182
C7f	,341	,133	,156	,447
C7c	,335	,364	,359	,306
C7s_R	,194	-,195	-,230	,380

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2	3	4
1	1,000	,116	,123	,451
2	,116	1,000	,205	,137
3	,123	,205	1,000	-,029
4	,451	,137	-,029	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	45,1
	Excluded (a)	90	54,9
	Total	164	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,644	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C7d	16,12	22,629	,167	,661
C7e	16,43	19,947	,432	,585
C7g	17,95	24,737	,087	,665
C7n	17,11	19,769	,403	,593
C7o	17,51	20,966	,435	,589
C7p	17,09	20,251	,480	,575
C7q	17,09	19,128	,458	,576
C7r	18,14	23,379	,243	,634

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19,64	26,536	5,151	8

Correlation Matrix

	C7d	C7e	C7g	C7n	C7o	C7p	C7q	C7r
Correlation C7d	1,000	,082	,113	,210	,050	-,076	,301	-,097
C7e	,082	1,000	,084	,352	,362	,399	,162	,185
C7g	,113	,084	1,000	-,122	,010	,066	,096	,125
C7n	,210	,352	-,122	1,000	,194	,182	,502	,068
C7o	,050	,362	,010	,194	1,000	,621	,173	,242
C7p	-,076	,399	,066	,182	,621	1,000	,280	,387
C7q	,301	,162	,096	,502	,173	,280	1,000	,104
C7r	-,097	,185	,125	,068	,242	,387	,104	1,000

Communalities

	Initial	Extraction
C7d	,161	,253
C7e	,278	,266
C7g	,092	,227
C7n	,372	,818
C7o	,413	,433
C7p	,516	,871
C7q	,367	,443
C7r	,168	,182

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

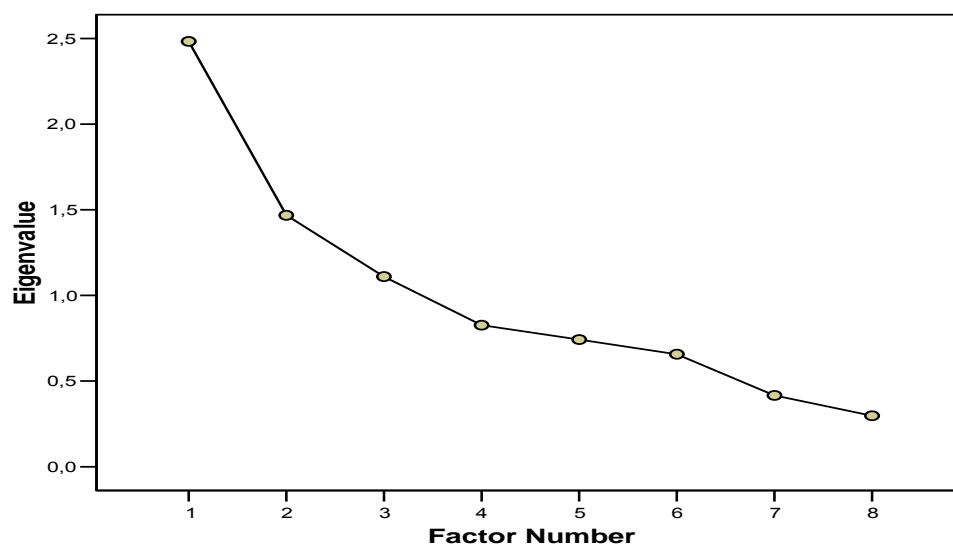
Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings(a)
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,482	31,031	31,031	2,052	25,649	25,649	1,861
2	1,468	18,348	49,378	1,013	12,662	38,311	1,353
3	1,110	13,874	63,252	,427	5,343	43,654	,454
4	,826	10,330	73,582				
5	,743	9,282	82,864				
6	,657	8,210	91,074				
7	,416	5,205	96,279				
8	,298	3,721	100,000				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

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

Scree Plot



Factor Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C7d	,146	,371	,307
C7e	,515	-,014	-,023
C7g	,076	-,079	,463
C7n	,599	,625	-,261
C7o	,609	-,247	-,037
C7p	,813	-,458	-,017
C7q	,500	,384	,213
C7r	,345	-,244	,052

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a Attempted to extract 3 factors. More than 25 iterations required. (Convergence=,008). Extraction was terminated.

Pattern Matrix(a)

	Factor		
	1	2	3
C7d	-,131	,461	,199
C7e	,429	,206	-,059
C7g	,077	,055	,462
C7n	,122	,773	-,448
C7o	,650	,034	-,024
C7p	,944	-,065	,029
C7q	,156	,607	,077
C7r	,427	-,060	,082

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 6 iterations.

Structure Matrix

	Factor		
	1	2	3
C7d	-,036	,443	,221
C7e	,472	,292	-,050
C7g	,087	,094	,465
C7n	,283	,776	-,411
C7o	,657	,167	-,024
C7p	,931	,132	,024
C7q	,282	,644	,106
C7r	,415	,032	,078

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

Factor Correlation Matrix

Factor	1	2	3
1	1,000	,207	-,002
2	,207	1,000	,049
3	-,002	,049	1,000

Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

5. Regresija

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	fak2anon, fak2nezaup, fak1odg(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: fak1samop

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,413 ^a	,171	,134	,85682847	,171	4,673	3	68	,005

a. Predictors: (Constant), fak2anon, fak2nezaup, fak1odg

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,292	3	3,431	4,673	,005(a)
	Residual	49,923	68	,734		
	Total	60,215	71			

a Predictors: (Constant), fak2anon, fak2nezaup, fak1odg

b Dependent Variable: fak1samop

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,031	,101		-,311	,757
	fak2nezaup	-,156	,114	-,156	-1,367	,176
	fak1odg	,254	,121	,243	2,088	,041
	fak2anon	-,215	,112	-,216	-1,920	,059

a Dependent Variable: fak1samop

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	fak2anon, fak1odg(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: fak2nezaup

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,262 ^a	,069	,042	,89865913	,069	2,613	2	71	,080

a. Predictors: (Constant), fak2anon, fak1odg

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,220	2	2,110	2,613	,080(a)
	Residual	57,339	71	,808		
	Total	61,559	73			

a Predictors: (Constant), fak2anon, fak1odg

b Dependent Variable: fak2nezaup

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,015	,104			,141	,888
	fak1odg	-,280	,122	-,267		-2,285	,025
	fak2anon	-,046	,117	-,046		-,394	,694

a Dependent Variable: fak2nezaup

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	fak2anon(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: fak1odg

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,199(a)	,040	,026	,86552878	,040	2,978	1	72	,089

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,231	1	2,231	2,978	,089(a)
	Residual	53,938	72	,749		
	Total	56,169	73			

a Predictors: (Constant), fak2anon

b Dependent Variable: fak1odg

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,014	,101			-,141	,888
	fak2anon	-,191	,110	-,199		-1,726	,089

a Dependent Variable: fak1odg