

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Ošljak

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak

# Kohezivnost slovenske blogosfere

Diplomsko delo

LJUBLJANA, 2006

*Zahvaljujem se mentorici doc. dr. Tanji Oblak za izčrpno strokovno pomoč in odlične nasvete pri ustvarjanju diplomskega dela. Posebej pa se želim zahvaliti tudi Tanji kot izjemni osebi, ki me je s pogumom, dostopnostjo in prijaznostjo vzpodbujala v manj prijetnih trenutkih ter v meni prebujala veselje do raziskovalnega dela.*

*Hvala družini in Iztoku - ker ste verjeli!*

*V oporo ste mi bili še številni prijatelji, sodelavci in znanci. Za pomoč pri izdelavi naloge in kodiranju, za nasvete, programčke ter nasmeh zato hvala tudi: Andražu Petrovčiču, Borisu Divjaku, Borisu Kraglju, Davidu Vidmarju, Denisu Arhu, Gašperju Korenu, Jožetu Šulmanu, Piki Založnik, Tadeju Stroku, Tamari Ilić, Tomaszu Pircu in Zoranu Laziću.*

# KAZALO

<b>I UVOD</b>	<b>4</b>
<b>II DRUŽBENOST KIBERNETSKEGA PROSTORA</b>	<b>8</b>
II.1 DEFINICIJA KIBERNETSKEGA PROSTORA .....	8
II.2 SOCIALNE ENTITETE NA INTERNETU .....	9
II.3 BLOG KOT POSEBNA OBLIKA SKUPNOSTNEGA DELOVANJA .....	13
II.3.1 Zgodovina bloga .....	13
II.3.2 Definicija bloga .....	15
II.3.3 Informacijsko sito .....	16
II.3.4 Spletni dnevnik .....	17
II.4 SLOVENSKA BLOGOSFERA .....	18
<b>III LASTNOSTI SKUPNOSTI</b>	<b>21</b>
III.1 SOODVISNOST ČLANOV SKUPNOSTI .....	22
III.2 OBČUTENJE SKUPNE PRIPADNOSTI .....	23
III.2.1 Mentalna povezanost .....	24
III.2.2 Skupni atributi .....	24
III.2.3 Zamišljena skupnost .....	25
III.3 PSIHOLOŠKI MOTIVI ČLANOV .....	26
III.3.1 Emocionalna navezanost .....	26
III.3.2 Zagotavljanje pomena in identitete .....	27
III.4 VZAJEMNOST .....	28
III.5 RAZDOR LOKALNEGA IN REŠITEV V AGEOGRAFSKEM? .....	29
III.6 KOHEZIVNOST .....	30
<b>IV SOCIALNI KAPITAL V BLOGIH</b>	<b>32</b>
IV.1 DEFINICIJA SOCIALNEGA KAPITALA .....	34
IV.2 RAZSEŽNOSTI SOCIALNEGA KAPITALA .....	34
IV.3 VLOGA KOMUNIKACIJSKEGA OKOLJA PRI DELOVANJU SOCIALNEGA KAPITALA .....	35
IV.4 DEJAVNIKI KOHEZIVNOSTI IN SOCIALNEGA KAPITALA V SLOVENSKI BLOGOSFERI .....	36
IV.4.1 Značilnost skupnosti .....	38
IV.4.2 Komunikacijska situacija .....	41
IV.4.3 Odnos blogarjev do skupnosti .....	43
IV.4.4 Odnos blogarjev do sočlanov .....	45
<b>V SLOVENSKI BLOGARJI</b>	<b>49</b>
V.1 KATERI DEJAVNIKI KOHEZIVNOSTI KREPIJO IN KATERI PREMOŠČAJO ODNOSE MED BLOGARJI .....	49
V.2 ZBIRANJE PODATKOV IN OPIS VZORCA ANKETIRANIH .....	50
V.3 DEMOGRAFIJA BLOGARJA .....	51
V.4 INTERNETNI VETERANI .....	53
V.5 BLOGARJI V FORUMIH, KLEPETALNICAH IN RAČUNALNIŠKIH IGRAH .....	55
V.6 IZKUŠNJE Z BLOGI .....	57
V.7 SPLETNI BABILON .....	59
<b>VI O KOHEZIVNOSTI SLOVENSKE BLOGOSFERE</b>	<b>63</b>
VI.1 RAZLOGI ZA PISANJE BLOGA .....	63
VI.2 ZAUPANJE VASE IN ZAUPANJE DRUGIM .....	66
VI.3 PERCEPCIJA SKUPNOSTNEGA DELOVANJA .....	68
VI.4 POGLED NA RAZVOJ IN PRIHODNOST BLOGOV .....	70
VI.5 KREPITEV ALI PREMOŠČANJE SLOVENSKE BLOGARSKE SKUPNOSTI? .....	72
VI.5.1 Krepitev v iskanju zaupanja do drugih blogarjev in trendovskih razlogih za pisanje .....	74
VI.5.2 Premoščanje kot rezultat pripadnosti v percepciji skupnostnega delovanja .....	77
<b>VII ZAKLJUČEK</b>	<b>79</b>
<b>VIII LITERATURA IN VIRI</b>	<b>83</b>
<b>PRILOGA A: KODIRNI LIST</b>	<b>87</b>
<b>PRILOGA B: ANKETNI VPRAŠALNIK</b>	<b>96</b>

# I UVOD

Obstoj skupnosti v kibernetnem prostoru danes ni več vprašanje, ampak dejstvo. In gotovo se strinjamo, da je ob intenzivnem razvoju informacijskih in komunikacijskih tehnologij (IKT) – v mislih imamo predvsem internet – ter ob burnih skupnostnih dejavnostih v kibernetnem prostoru, bistveno raziskati naravo novih zbirališč človeka. Mar internet in razširjen družbeni prostor, ki se z njim odpira, resnično predstavljata platformo prihodnjih socialnih revolucij, ali le pospešujeta socialno pršenje, zamiranje skupnosti ter individualizacijo sodobne družbe?

Futuristi so odgovore na to vprašanje iskali že v prvi polovici prejšnjega stoletja: proslavljali so prihod in razvoj tehnologije, ki naj bi zagotovila rešitve za številne omejitve nepopolnih demokratičnih sistemov. Njihovi sodobniki se, prav nasprotno, celo bojijo večanja neenakosti, ki ga tehnološki napredek s poglobljanjem prepada med revnimi in bogatimi prinaša razvoju humane ter pravične družbe. (Wilhelm, 2000: 5-6)

Da napovedi razvoja tako kompleksnih pojavov ne morejo biti črno-bele, sta veliko bolj realno ocenila Licklider in Taylor že v šestdesetih letih 20. stoletja. Kibernetnemu prostoru sta prerokovala vzpostavljanje interesnih skupnosti, ki ne bodo več utemeljene v skupni lociranosti svojih članov, ampak bodo osrediščene okrog zadeve, ki bo deležna hkratnega zanimanja vseh. (Licklider in Taylor, 1999: 108, 110) Internet naj bi torej omogočal enostavno prepoznavanje ljudi s podobnimi interesi. Ali to potem pomeni, da v novih razsežnosti družbenega prostora lahko preživijo le interesno homogene skupnosti, vsaka zase, pri čemer razlike med njimi onemogočajo komuniciranje in povezovanje navzven v širšo skupnost? Na vprašanje deloma odgovarja Pippa Norris (2004: 40) v raziskavi ameriških spletnih skupnostih, ki zaključuje, da se prek interneta hkrati vršita obe funkciji: širjenje oz. premoščanje interne homogenosti in poglobljanje oz. krepitev odnosov, ob čemer sta jakost ter vpliv vsake izmed njiju odvisna od tipa/značilnosti skupine.

Ker je skupnost kompleksen in v svojih pojavnostih izjemno heterogen pojem, se ne moremo ogniti njegovim različnim razsežnostim in pomenom, tudi kadar ga omejujemo

na obstoj v kibernetnem prostoru. Številne družboslovne smeri ga pojasnjujejo z lastno in specifično zgodbo – za klasike je bistvo skupnosti v skupnem lokalnem ter interesnem področju, sodobniki prisegajo na mentalno, simbolno ali emocionalno povezanost. In ker so družbeno delovanje, komuniciranje, povezanost in soodvisnost forma ter substanca slehernega področja človeškega življenja hkrati, moramo pri njihovem proučevanju kot raziskovalci vedno poiskati najbolj ustrezno in kar se da objektivno izhodišče.

Zato bomo pri pojasnjevanju oblik in značilnosti skupnostnega delovanja v kibernetnem prostoru uporabili širok nabor idej in študijo "slovenske blogosfere" čimbolj natančno predstavili kot izjemno obliko skupnostnega delovanja v kibernetnem prostoru. Kolikor vemo, se bomo lotili na slovenskem govornem področju doslej še neraziskanega fenomena, zaradi česar bomo opazovali oboje, tako strukturno-objektivni kot tudi individualno-subjektivni vidik slovenskega "bloga/nja"<sup>1</sup>.

Bralce, ki pričakujejo ozko osredotočen raziskovalni pristop, s katerim bi pojasnjevali vnaprej predpostavljene vzročno-posledične zveze med odvisnimi in neodvisnimi spremenljivkami, bo morda zmotila navidezna poljubnost pri izdelavi metodološkega okvira naloge. Vendar smo kombinacijo analize besedil na strukturni ravni blogosfere ter spletnega anketnega vprašalnika na ravni posamičnih mnenj slovenskih blogarjev izbrali namenoma; z njo smo namreč skušali v čim večji meri in čimbolj natančno spoznati delovanje slovenske blogosfere, bodisi v smislu poglobljanja interakcij med člani bodisi vzpostavljanja novih odnosov, ki presegajo meje te skupnosti. Ob osrednjem raziskovalnem problemu bomo opazovali še naravo skupnosti, bistvene lastnosti kibernetnega prostora kot družbenega okolja, v katerem je vzniknila blogosfera, značilnosti slovenskih blogarjev, osebne razloge, ki so jih pripeljali v blogosfero, potencialni razvoj bloganja itn.

---

<sup>1</sup> *Blog (Weblog)* v slovenščino prevajamo kot *spletni dnevnik*. Vendar je izraz neustrezen oziroma se nanaša le na en vidik – kronološko beleženje dogodkov. Kot bomo videli, pojem obsega tudi skupnostno delovanje, preživljanje prostega časa, posredovanje in širjenje političnih idej, ali celo samo-terapevtsko pomoč (Oblak in Petrič, 2005: 11), zato bomo uporabljali kar okrajšan angleški izraz *blog*. Kot glagolnik, ki izraža delovanje blogarske skupnosti, bomo uporabljali *bloganje* (nedoločnik *blogati*), čeprav se v slovenskem jeziku pojavlja še ena različica: *bloženje* oz. *bložiti*, ki je posledica mehanizma mehčanja ali palatilizacije. (Vir: <http://aufbix.org/~mike/daily/>, 3. 1. 2005)

Vse ideje, cilje in spoznanja bomo skupaj z Zaključkom in seznamom literature na koncu oblikovali v osmih poglavjih.

Potem ko bomo zapisali vsa izhodišča, s katerimi se lotevamo problema značaja kohezivnosti slovenske blogosfere, bomo v drugem poglavju, Družbenost kibernetkega prostora, razmišljali, zakaj tako s pridom uporabljamo internet oz. kaj nam nove tehnologije prinašajo na ravni komuniciranja in skupnostnega delovanja. Osredotočili se bomo na bloge oz. njihove avtorje – "blogarje"<sup>2</sup>, ki so razmeroma novi akterji na spletu in delujejo v okolju, ki je po svoji naravi precej drugačno od ostalih skupnosti kibernetkega prostora.

V tretjem delu, Lastnosti skupnosti, bomo stopili korak nazaj in se na skupnosti ozrli kot na eno glavnih vprašanj, ki poganja komunikologijo ter sociologijo. Pričeli bomo s klasiki (Tönnies, 1999/1935; Durkheim, 1933; Weber v: Bahovec, 2004; Cooley, 1956/1902; Simmel, 1993/1917), ki bistvo skupnosti vidijo v lokalni in/ali interesni povezanosti ter jih soočili s sodobnejšimi avtorji, katerih skupnosti presegajo prostor in združujejo na simbolni ravni (glej npr. Anderson, 1998; Fernback, 1999). Posebej bomo premislili o tem, kakšna je vloga kohezivnosti v raziskovanju skupnosti in v kakšnem odnosu je s socialnim kapitalom.

Socialnemu kapitalu, kot ga razume Putnam (2000), bomo v četrtem poglavju z naslovom Socialni kapital v blogih, opredelili dve teoretični razsežnosti – krepitev in premoščanje – in s pomočjo analize vsebin na praktičnem primeru ponazorili, katera izmed njiju je bolj navzoča v strukturnih in/ali individualnih dejavnikih kohezivnosti slovenske blogosfere.

Srži problema, skupnostnemu delovanju slovenskih blogarjev, se bomo resnično približali v petem poglavju. Najprej bomo predstavili drugi del empirične raziskave – spletno anketo med avtorji blogov, nato pa analitično oblikovali podobo tipičnega slovenskega blogarja in njegovega bloga.

---

<sup>2</sup> V angleškem jeziku je poimenovanje avtorjev oz. članov skupnosti izpeljano iz imena skupnosti oz. okolja delovanja (*bloger* ali *blogger*). Različica z enojnim *g* je bila hitro prenesena v govorico slovenskih avtorjev. Izkušenejši med njimi, pa predlagajo rabo samostalnikov *blogar* in *blogarka* (glej npr. [http://lifelong.blogspot.com/2005\\_03\\_01\\_lifelong\\_archive.html](http://lifelong.blogspot.com/2005_03_01_lifelong_archive.html), 3. 1. 2006).

Kako vplivajo razlogi za pisanje bloga, iskanje zaupanja v skupnost, percepcija skupnostnega delovanja in pogled na prihodnost bloganja na bodisi premoščanje bodisi interno krepitev slovenske blogosfere, bomo raziskali z regresijsko analizo na izbranih spremenljivkah, ki so obenem tudi rezultati ankete, predstavljene v šestem delu naloge. S pomočjo analize povezanosti bomo ugotovili, ali se v slovenski blogosferi danes v večji meri premoščajo ali le še dodatno krepijo družbene razlike. Še več, spoznali bomo, kateri navedeni dejavniki stimulatивно delujejo na premostitvene, kateri pa na krepitvene vezi znotraj analizirane skupnosti.

Začeli pa bomo, kot že rečeno, z opredelitvijo meja kibernetškega prostora in vprašanjem, kdaj o internetu sploh lahko govorimo kot o družbenem prostoru, za katerega je do nedavnega veljalo, da obstaja le v primeru lokalne povezanosti ljudi.

## II DRUŽBENOST KIBERNETSKEGA PROSTORA

Z internetom se povežemo z namenom, da bi komunicirali, sporočali in prejeli informacije. Povežemo se v računalniško omrežje, ki omogoča izmenjavo podatkov, s čimer odpremo vrata razširjenega družbenega prostora. Recimo mu *kibernetski prostor* s specifičnimi lastnostmi, zaradi katerih presega klasične, fizikalno definirane, družbene prostore in je njihov komplement, dopolnitev ter nadgradnja.

### II.1 Definicija kibernetskega prostora

Definicij kibernetskega prostora je več, za namen tukajšnje razprave bomo omenili zgolj tiste, ki se z vidika izhodiščnega problema zdijo najbolj relevantne. Osredotočili se bomo na odlične slovenske avtorje, Franca Trčka in Tanjo Oblak, ki v središče definicije postavljata njegovo interaktivno komunikacijsko razsežnost, ki je vendarle bistvena pri formiranju vsakršnih kolektivitet na internetu, ter Andreja Škerlepa, ki se v domači literaturi prvi ukvarja z modeli "računalniško posredovane komunikacije".

Začeli bomo s Trčkom, prvim slovenskim "kibernetskoprostorskim sociologom" (2003: 13), ki nov prostor družbenih razmerij zelo natančno opisuje kot "/.../ virtualno, omrežno, elektronsko posredovani interesni prostor, skratka prizorišče za zagotavljanje različnih formalnih in neformalnih interesnih nagnjenj, potreb akterjev, ki poteka z **interakcijo** in transakcijo med akterji," [poud. K. O.].

Interaktivni element kibernetskega prostora, ki ga določa proces komuniciranja, posebej izpostavlja tudi Oblakova, ko govori o osrednji vlogi in bistvenosti interakcije pri formiranju prostora. Malo zatem pa dodaja, da interakcija prek računalniških omrežij daje zelo svojevrsten kontekst računalniško posredovanemu komuniciranju (RPK). (2000, 1058-1061) Kot smo že zapisali, pa je ta termin pri nas prvi uporabil Škerlep kot prevod zveze *computer-mediated communication* (tudi *CMC*), ki je "tista komunikacija med ljudmi, ki je posredovana prek računalnikov vključenih v računalniško omrežje." (1998: 24-25)



Medtem ko Škerlep tako opozarja, da je bistvo računalniško posredovanega komuniciranja še vedno in predvsem v komuniciranju med ljudmi, tudi Oblakova ter Trček vidita glavno vlogo RPK v njegovi interaktivnosti. Pri čemer nas Trček opozarja še na eno razsežnost - interesnost elektronsko posredovanega družbenega prostora. Ta hkrati z webrovsko *racionalno-ciljno* komponento vključuje še dve: *emotivno* in *performativno*. Pri opredeljevanju kibernetkega prostora zato ne smemo spregledati zadovoljevanja emocionalnih potreb (npr. empatija – več v Preece, 1999) in potreb po samo-prezentaciji oz. individuacijskih socialnih potreb, kot je potreba po družbenem priznanju (glej Schachter, 1968: 544).

Razumljivo je, da so razlogi za vstop, nastop ali "utapljanje" v kibernetnem prostoru zelo različni, prav tako kot so raznovrstne njegove specifične lastnosti. In če povzamemo nekaj za nas najbolj bistvenih, lahko izluščimo **pet temeljnih značilnosti kibernetkega prostora**, ki:

1. je ageografski (Strehovec v: Trček, 2003: 12);
2. širi domet komunikacij v času in prostoru;
3. je računalniško/elektronsko posredovan;
4. je interesni prostor oz. omogoča zadovoljevanje socialno-emotivnih potreb ter
5. je družbeni prostor, saj v njem potekajo socialne interakcije. (Cooley, 1956/1902: 81-82; Schachter, 1968: 544; Trček, 2003: 13, 16)

## **II.2 Socialne entitete na internetu**

Preden se do skupnosti natančneje opredelimo v teoretskem smislu, kar sledi v tretjem poglavju z naslovom Lastnosti skupnosti, bomo predstavili skupnosti v kibernetnem prostoru in se natančneje posvetili konceptu bloga. Zaradi izjemne razširjenosti po svetu in zadnje leto v določenih segmentih slovenske spletne javnosti ter hkrati očitnega pomanjkanja slovenske literature z omenjenega področja, smo se odločili čimveč prostora nameniti prav blogom. V kibernetki družbeni prostor jih bomo umestili kot eno od oblik skupnosti in jih kasneje na podlagi komunikacijskih tokov, žanrske analize ter dejavnikov kohezivnosti primerjali z ostalimi družbenimi entitetami.

Optimistična videnja Howarda Rheingolda bomo soočili z novejšimi pristopi, ki se kibernetke neznanke lotevajo bolj zadržano in empirično preizkušajo teoretična

vprašanja o dometu socialnih skupin v kibernetnem prostoru. Do slednjega je najbolj skeptičen Robert D. Putnam, ki ga omenjamo že tukaj, kasneje pa bomo del njegovih idej v nalogi tudi empirično preverjali.

Kakorkoli se opredeljujemo do omenjenih skupnosti – spregledati jih ne moremo, saj jim tudi najbolj skeptični pripisujejo določen družbeni pomen, vsaj zaradi ljudi, ki prek internetne povezave opravljajo vedno več aktivnosti.

Posamezniki v kibernetnem prostoru običajno počnejo večinoma tisto, kar počnejo tudi sicer, ko njihovo komuniciranje ni podprto z elektronskimi vmesniki. Vendar obstajajo tudi dejavnosti, ki se razlikujejo od konkretnih interakcij v fizičnem prostoru, predvsem zaradi učinkov nekaterih specifičnih lastnosti komunikacijskega procesa v novem mediju/prostoru, kot sta, denimo, anonimnost ter deteritorializacija. (Trček, 2003: 27) Prva lahko spodbuja disinhibirano, celo agresivno, vedenje (Postmes et al. 1998; Walther, 1996; Kiesler in Sproull, 1986) ali, obratno, stavlja posameznike v bolj homogeno in harmonično celoto. Druga lastnost – deteritorializacija – pa izrazito večja verjetnost srečanja sorodnih (Trček, 2003: 27-28), ali heterogenih subjektov.

Howard Rheingold je v začetku devetdesetih let veliko pripomogel k problematizaciji t. i. "kibernetne družbe" in ustvarjanju poimenovanj za nekatere pojave na spletu. Izzval je nemalo kritičnih odzivov, ki več kot desetletje kasneje še vedno nastajajo znotraj konceptualno-teoretičnih pristopov komunikologije in sociologije kibernetnega prostora. (Oblak, 1999; Trček, 2003)

V monografiji *Virtualne skupnosti* (1993) te opredeljuje kot podaljške "realnih". Ne izpostavlja morebitnih vplivov kibernetnega okolja v primerjavi s fizičnim. Virtualne skupnosti so zanj "družbene tvorbe, ki se na Mreži pojavijo takrat, ko je v medosebni interakciji dovolj ljudi, s pravšnjim človeškim občutkom, z namenom, da v kibernetnem prostoru tvorijo mreže medosebnih odnosov." (Rheingold v Oblak, 1999: 35; Rheingold, 1993: 5)

Njegova definicija ima kar nekaj pomanjkljivosti. Skupnosti skuša kvantitativno opredeliti, a žal neuspešno, saj "dovolj ljudi" lahko pomeni prav tako vse kakor nobenega. Ravno tako ostaja odprto vprašanje, kaj je tisti "pravšnji človeški občutek".

Je to humanost, občutek za druženje, empatičnost? Največ preglavic pa povzroča pridevnik "virtualen", ki sproža asociacije o navideznosti in neresničnosti skupnosti v kibernetnem prostoru. (Oblak, 1999: 11-12) Zato bomo Rheingoldovo definicijo (virtualnih) skupnosti v kibernetnem prostoru strnili v (1) družbene tvorbe na (2) internetu, kjer potekajo (3) interakcije med posamezniki, ki so tam (4) **z določenim namenom oblikovanja mreže odnosov**. In kot bomo brali v naslednjem podpoglavju, Blogi kot posebna oblika skupnostnega delovanja, je prav slednja lastnost bistvena pri definiranju opazovane blogarske skupnosti, zato bomo nanjo še posebej pozorni.

Novejši pristopi k proučevanju "internetnih skupnosti" so se distancirali od Rheingoldovih "virtualnih fantazij" in se usmerili v empirično raziskovanje. Trenutno je njihova pozornost razpršena med številne specifične smeri raziskovanja skupnosti. Eno od boljše raziskanih področij je zagotovo tisto, ki je usmerjeno na primerjavo računalniško posredovanega in neposrednega medosebnega komuniciranja. Znotraj njega so pogosto obravnavane okrnjene komunikacijske možnosti v kibernetnem prostoru, ki omogočajo relativno anonimnost svojih članov in sprožajo izravnalni značaj računalniško posredovanega komuniciranja. (Trček, 2003: 28; Oblak, 2003, Oblak 2004; Baym, 1995: 138-163; Dubrovsky in drugi, 1991; Lemus in drugi 2004) N. Baym, na primer, ugotavlja, da je za oblikovanje in obstoj skupnosti v kibernetnem prostoru ključno oblikovanje skupnih družbenih pomenov oz. *sociolekta*, s kodificiranim izražanjem.

Barry Wellman in Milena Gulia (1999: 169-170) opažata, da se te sodobne definicije skupnosti, najsi gre za okoliščine računalniško posredovanega (RPK) ali neposredno medosebnega komuniciranja (NMK), vse bolj osredotočajo na socialna omrežja, medtem ko prostorske opredelitve izgubljajo svojo vlogo. Razlog tiči v spoznanjih novejših empiričnih študij, ki govorijo o tem, da vse več družbenih omrežij ne temelji na sosedski bližini, a kljub temu (sodelavcem, kolegom, prijateljem) omogočajo societalno podporo in informacije.

Do spletnih skupnosti bolj skeptični Robert Putnam (2000: 176) meni, da je domet socialnih skupin v kibernetnem prostoru omejen predvsem na izmenjavo informacij, zbiranje različnih mnenj in razpravljanje o obstoječih alternativah. Pripisuje jim potencialno visok delež napačnih reprezentacij in stapljanje z iracionalno množico, ki je

posledica deindividuacijskih učinkov (glej tudi Simmel, 1993/1917), ter visoko stopnjo žaljivega sporočanja. To po njegovem mnenju postavlja pod vprašaj možnost nastanka dobronamernega komuniciranja in razvoj zaupanja do tako oblikovanih skupin. Na drugi strani isti avtor obenem opaža, da se v sodobnih individualiziranih družbah posebna oblika kohezivnosti ohranja prav v spletnih skupnostih, medtem ko povezanost in soodvisnost med posamezniki na večini področij družbenega življenja upadata. (Putnam, 2000: 148-180)

Trček vidi pomanjkljivost "kibernetskih" skupnosti drugje. Moti ga izjemna interesna naravnost, zaradi katere so skupnosti običajno le "interesne skupine v novem mediju/prostoru družbenega delovanja". Z naraščanjem množičnosti uporabe novih tehnologij bodo te skupine vedno bolj služile zadovoljevanju potreb konkretnih posameznikov, zanje pa bo značilna prav tako šibka kohezivnost kot spremlja obstoječe interesne skupine v fizičnem prostoru. Vendar dopušča možnost, da se bodo močnejša kohezivnost, trdnost in intimnost skupnosti v kibernetnem prostoru lahko razvile z napredkom na področju tehnoloških vmesnikov, ki bodo kakovost interakcij v računalniško posredovanih situacijah približali okoliščinam neposrednega komuniciranja. (1999: 36)

Premoščanje vrzeli med heterogenimi družbenimi skupinami po njegovem mnenju ovira izrazita in močna specializiranost kibernetnega prostora, ki zaradi neomejenega dometa omogoča, da se združujejo ljudje z izjemnimi hobiji, zanimanji, ali stališči. Zato predvideva, da se bo kibernetni prostor razvijal po srednji poti, med vseobsegajočo kibernetno skupnostjo in navzven zaprtimi kibernetnimi geti, ki bo pripeljala do "skupnosti različnih skupnosti", povezanih s šibkimi vezmi, katerih članstvo se bo deloma tudi prekrivalo.

A če pogledamo drugače, je množična narava uporabe svetovnega spleta trden argument, ki priča o vsem drugem, kot o ozki specializiranosti delovanj na spletu. Trček ima sicer prav, ko govori, da obseg kibernetnega prostora zagotavlja družbo tudi najbolj specifičnim "mikrojavnostim". Vendar te na spletu dosežejo oči in ušesa veliko širšega občinstva.

O podobnem nam govori tudi zgodba o blogih, s katero bomo nadaljevali. Blogi so bili najprej obskurni individualni poskusi zanesenjakov, ki so predvsem urejali svoj vrtiček na internetu. Uporabnost pa je kmalu prepričala njihove spletne znance. Tehnični vmesnik za urejanje vsebin (glej npr. Oblak in Petrič, 2005: 11) je nato prerasel svoj prvotni namen in se razvil v vsaj zelo popularno obliko skupnostnega delovanja, v kateri se še vedno skrivajo doslej slabo raziskani potenciali alternativnih virov informacij, transformacije posameznih segmentov komuniciranja in vzpostavljanja konsenza.

### **II.3 Blog kot posebna oblika skupnostnega delovanja**

Blogom danes pripisujemo skorajda revolucionarno vlogo pri oblikovanju socialnih struktur v kibernetičnem prostoru. Najprej so navdušili novinarje, ki so v njih videli alternativne novičarske vire in oblikovalce javnega mnenja s pomembnimi participativnimi in demokratizacijskimi potenciali. Hitro so bili sprejeti tudi v različnih strokovnih javnostih, ki so z njihovo pomočjo razširile prostor delovanja in izkoristile prednost hitre izmenjave informacij ter enostavnega širjenja znanja. V zadnjih letih pa skokovito narašča uporaba blogov kot osebnih spletnih dnevnikov, kjer so avtorji v svojih zapisih z bralci pripravljene deliti tudi najintimnejša doživetja.

Kot pravijo Susan Herring in sodelavci (2004) je združitev enostavne objave HTML-dokumentov in tekstovnega računalniško posredovanega komuniciranja pripravila tehnološko podlago za pomembne družbene spremembe, ki lahko sledijo tem novim dimenzijam komunikacijskih procesov.

#### **II.3.1 Zgodovina bloga**

Blogi (*weblog*) obstajajo vsaj od začetka devetdesetih let in kronološko sovpadajo z razvojem tehnologije svetovnega spleta WWW (World-Wide Web), ki jo je leta 1991 razvil Tim Berners-Lee. Mnogi (glej Winer, 2002; Herring et al., 2004) tudi status prvega blogarja podeljujejo Berners-Leeju, ki je istega leta objavil posebno spletno mesto, ki bi mu danes rekli blog. V njem je kot poznavalec interneta zbiral in komentiral tehnološke novosti ter ga nato zapustil, zato je danes dostopno le še prek

arhiva konzorcija World Wide Web Consortium (<http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html>, 1. 12. 2005).

Rebecca Blood (2000) zgodbo o zgodovini in perspektivi blogov prične kasneje, šele z letom 1997, ko je John Barger spletna mesta z zapisi, urejenimi po obratnem kronološkem vrstnem redu, poimenoval *Weblog* (tudi *Wee-blog*). Ob koncu devetdesetih let naj bi jih na spletu obstajalo le dobrih dvajset, med katerimi sta zagotovo tudi pionirska bloga Michaela Gilberta in Davea Winerja. Če sklepamo po podobi in vsebini spletnih mest danes, sta bloga že takrat privabljala z bogatimi seznanji novic in kritičnimi avtorskimi komentarji, objavljenimi v obratnem kronološkem redu.

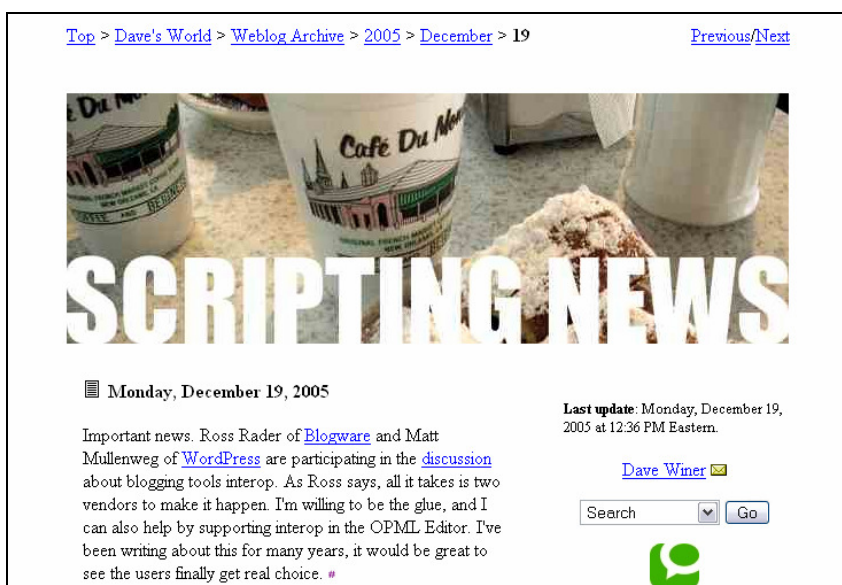
### Posnetek zaslona II.3.1.1: Gilbertov blog Nonprofit Online News danes



The screenshot shows the homepage of 'Nonprofit Online News'. The header includes the site name and a 'Printer Friendly Version' link. A navigation menu on the left lists categories like 'Current News', 'News Archives', and 'Feature Articles'. The main content area is titled 'Current News' and features a date bar for 'Sunday, December 18, 2005'. Below this, there is a paragraph of text starting with 'Sometimes simply talking about a subject is a radical act...' and a small icon of a book.

Vir: <http://news.gilbert.org/>, 19. 12. 2005

### Posnetek zaslona II.3.1.2: Winerjev blog Scripting News danes



The screenshot shows a blog post on 'Scripting News'. At the top, there are navigation links for 'Top', 'Dave's World', 'Weblog Archive', '2005', 'December', and '19'. A breadcrumb trail is visible. The main image shows coffee cups and a donut with the text 'SCRIPTING NEWS' overlaid. Below the image, the date is 'Monday, December 19, 2005'. The text of the post discusses 'Blogware' and 'WordPress'. There is a 'Last update' timestamp and a link to 'Dave Winer'. A search box and a 'Go' button are also present.

Vir: <http://www.scripting.com/>, 19. 12. 2005

Ko ju primerjamo danes, sta si po vsebinski plati še vedno zelo podobna, čeprav ju grafični podobi jasno ločujeta. Tako eden kot drugi še vedno budno spremljata novosti in na svoje strani privabljata ogromna občinstva.

Prvi blogi, kot smo nakazali, so najverjetneje nastali v iskanju odgovora na ekstremno rastočo ponudbo informacij in novic na internetu. To potrjuje Gilbertova izjava (2005), da mu je subjektivno urednikovanje bloga pomagalo ohranjati pregled nad relevantnimi informacijami in ohranjati stik z izbranimi posamezniki ter skupinami.

Bloge so že od začetkov gradile hipertekstualne povezave do priljubljenih vsebin, komentarji nanje in celo argumentirana mnenja podana v obliki esejev. Ravno hipertekstualnost, ki je tudi temeljna lastnost svetovnega spleta v širšem pomenu (Petrič, 2003: 33-44), pride v blogih posebej do izraza. Blogarji namreč spretno izkoriščajo asociativnost mišljenja in pridobivanja informacij. Skoznjo se oblikuje mreža hipertekstualnih povezav, s katerimi skušajo avtorji sprožiti odziv. Zapisi so pravzaprav vabe, s katerimi blogarji neposredno lovijo bralce in komentatorje ter se tako povezujejo v skupnost.

### II.3.2 Definicija bloga

Po mnenju Elmine Wijnia (2000)<sup>3</sup> je blogom skupna *komunikacijska intenca*, torej avtorjeva želja in namen po sprožanju odziva med bralci, komuniciranju, ki pri nobenem drugem žanru spletnih mest ni tako izrazita kot ravno pri blogih.

Zato bomo bloge definirali kot **spletna mesta z zapisi, objavljenimi v obratnem kronološkem redu in izrazito komunikacijsko intenco.**

Ob blogu se zbira občestvo in formira publika, ki spremlja ter komentira avtorjeve zapise. Taka blogovska skupnost, imenujmo jo *blogosfera*<sup>4</sup>, se izraža tudi v

---

<sup>3</sup> Članek, na katerega se nanašamo, je nastal na podlagi magistrskega dela nizozemske avtorice, tudi blogarke, ki skuša blogo razumeti kot platformo za Habermasovo idealno komunikacijsko situacijo. Njen blog in omenjeni članek sta dostopna na naslovu <http://elmine.wijnia.com/>.

<sup>4</sup> Na spletu in pri avtorjih, ki so se doslej lotili analiziranja blogov, smo naleteli na tri angleške sopomenke, ki označujejo skupnost blogarjev: *blogosphere*, *blogsphere* in *blogistan* (Merelo-Guervós in drugi, 2005; Blood, 2000; <http://www.churbuck.com/wordpress/index.php?s=blogistan>, 13. 12. 2005).

hipertekstualni povezanosti spletnih dnevnikov in je torej del kibernetkega prostora, kjer domuje neka skupnost ustvarjalcev, bralcev ter komentatorjev spletnih dnevnikov. (Merelo-Guervós in drugi, 2005; Blood, 2000)

Po drugi strani je blog večinoma subjektivno spletno komunikacijsko orodje. Vsebina vedno nastaja v odgovornosti omejenega števila urednikov (dostikrat samo enega samega), ki se nameni sporočati.

Po načinu sporočanja in opisovanih temah lahko na analitični ravni ločujemo med tremi vrstami blogov, ki so nastale ob prilagajanju medija individualnim, socialnim in kulturnim potrebam (Wijnia, 2000; Herring et al., 2004; Blood, 2000):

1. *subjektivni* - osebni spletni dnevniki;
2. *objektivni* - namenjeni izmenjavi informacij in mnenj ter širjenju znanja, kot npr. *novičarski blogi (news-blog)* in t. i. *klog (knowledge-log)*;
3. *intersubjektivni* - povezovalci skupnosti, prek katerih se izvajajo številne družbene (tudi družabne) akcije.

Empirično raziskovanje spletnih žanrov je pokazalo, da so blogi dobrodošla fluidna mešanica spletnih žanrov, ki trenutno združujejo prednosti običajnih, predstavitvenih, spletnih mest in asinhronih oblik računalniško posredovanega komuniciranja. (Herring et al., 2004)

### **II.3.3 Informacijsko sito**

Blogi v obliki *informacijskih sit (filter-style weblog)* so nastali iz zelo praktičnih razlogov. Avtorjem so prihranili čas in energijo ter omogočali nemoten dotok informacij iz različnih virov: na nekatere so se lahko avtomatično zanašali, tako da so novosti zajemali s sistemi za sindikacijo t.i. RSS, spet druge so "ročno" uredili, komentirali in šele nato objavili. Blogi so s tem postali pomembno participativno orodje za obrobne družbene glasove.

---

Hkrati smo opazili rabo slovenske različice *blogosfera*, ki jo ocenjujemo kot popolnoma ustrezno pomenu. (Glej npr. <http://www.blogaj.com/blog.php>, 13. 12. 2005 ali <http://mladina.si/dnevnik/31462/>, 13. 12. 2005).



Novičarski blogi se tako še vedno razvijajo kot pomembni alternativni viri informacij, ki pa, v nasprotju s pričakovanji, kljub vsemu niso konkurenčni velikim medijskim hišam, saj so premalo številni, preveč heterogeni, medseboj razpršeni in skoraj popolnoma preglašeni. (Blood, 2000; Herring et al., 2004; Henning)

Po drugi strani nekateri spletni mediji, pri nas npr. Delo, na svojih portalih že vzpostavljajo lastne zasetke blogarskih skupnosti. Z namenom povečanja obiskanosti spletnega mesta ponujajo orodje in gostovanje bloga. Ena od posledic je inkorporiranje ali vkleščenje (Fiske, 1987: 289) potencialno alternativnih glasov v obstoječ medijski sistem, kar nedvomno zmanjšuje možnost oblikovanja konkurenčnih komunikacijskih tokov, ki bi lahko bili glavna potenca blogov pri oblikovanju skupnosti in preoblikovanju družb.

Del intersubjektivnosti pa so blogi "izgubili" tudi s subjektivizacijo in osredotočanjem na avtorjev osebni svet, zaradi katerega so blogarje prenehala zanimati družbeno-politična vprašanja. Možnost zapisovanja v elektronski dnevnik je tako navdušila uporabnike interneta, da so blogi v obliki osebnih dnevnikov s popularnostjo zastrli ostale različice.

### **II.3.4 Spletni dnevnik**

Leta 1999 je bilo objavljeno prvo brezplačno "naredi si sam" orodje Pitas, ki omogoča izdelavo spletnega mesta v obliki bloga brez predhodnega znanja programskih jezikov. Sledili so mu Blogger, še danes verjetno najbolj popularen vmesnik za urejanje blogov, in številni drugi. In kot meni Blood (2000), je prav enostavnost uporabe omenjenih vmesnikov povzročila pomemben premik oz. razvoj t. i. spletnih dnevnikov.

Avtorji so s tem pričeli spreminjati fokus: iz objektivnega, zunanjega sveta so se pričeli osredotočati sami nase in ustvarjati zapise za "neobčinstva" (*blogs for non-audiences*), za svoje družine, prijatelje in znance.<sup>5</sup> (Henning; Herring et al., 2004)

---

<sup>5</sup> Seveda bi pretiravali, če bi trdili, da so spletni dnevnikniki vzniknili izključno na podlagi tehnološke inovacije, medtem ko je znano, da ljudje že od nekdaj zapisujejo svoja doživetja.

Blog, še posebej izrazito kot spletni dnevnik, ima tudi funkcijo pozicioniranja v skupnost in znotraj nje. Večina blogov namreč vsebuje zbirke t. i. "priljubljenih povezav" (*blog-roll* ali *side bar*) na druge bloge, s katerimi avtorji izražajo medsebojno naklonjenost in vzpostavljajo notranjo strukturo skupnosti. (Blood, 2000; Herring et al., 2004)

Blogi na ta način bolj poudarjajo komunikacijsko oz. dialoško razsežnost kibernetnega prostora, in ne zgolj predstavitevne. Zato je razumljivo, da večina avtorjev blogosfero proučuje tudi kot možnost oblikovanja nove javne sfere (npr. Wijnia, 2000). Vendar je naša pozornost usmerjena drugam: v naravo skupnosti, ki zasedajo to polje javnega delovanja. To nam bo hkrati omogočilo razumeti, na kakšnih temeljih se oblikujejo skupnosti v novi javni sferi, s čimer bodo odstranili enega od njenih zornih kotov, ki je bil doslej v raziskovalnem smislu delno neupravičeno zapostavljen.

## II.4 Slovenska blogosfera

Če govorimo o začetkih razvoja slovenskih blogov, moramo zgodovino gotovo pričeti z blogom Zapisi: Jonasov digitalni lajf... (<http://www.jonas.si/zapisi/>), za katerega lahko z veliko verjetnostjo trdimo, da ga avtor ustvarja že od novembra 1992.<sup>6</sup>

Trinajst let po objavi prvega slovenskega bloga oz. v drugi polovici leta 2005 jih je na svetovnem spletu obstajalo 700-800, pri čemer moramo številko natančneje pojasniti. Ocena je bila opravljena na podlagi naključnega spletnega brskanja in pregledovanja dostopnih vsebin o blogih na t. i. spiskih blogov, pri ponudnikih orodij (vmesnikov za upravljanje spletnih mest) za izdelavo blogov in v spletnih medijih. Poleg tega število 700-800 zajema tudi t. i. *zapuščene bloge*<sup>7</sup> in enkratne poskuse, torej bloge, ki so bili ustvarjeni eksperimentalno ter imajo objavljen po en sam (testni) zapis ali pa še tega ne.

---

<sup>6</sup> Prvi datiran zapis je sicer še pet let starejši, iz novembra 1987, a ker v vmesnem obdobju do leta 1992 ni nobene objave in pod prispevkom piše, da je bil objavljen na Radiu Študent, sklepamo, da je bil na splet dodan naknadno. Ker so zapisi od novembra 1992 dalje razmeroma redno objavljeni, sklepamo, da je avtor začetnik slovenske blogosfere in celo eden prvih blogarjev nasploh.

<sup>7</sup> Zapuščeni blogi so tisti, ki v zadnjem časovnem obdobju (npr. več kot mesec ali tri mesece) niso bili osveženi. Izraz zapuščeno odraža avtorjev odnos do vsebin, ki niso več ažurne in so zato nezanimive za obiskovalce.

Glede na spisek Si.blogs, ki med blogarji velja za najpopolnejši imenik slovenskih blogov in vsebuje od 150-180 povezav, moramo oceno deliti s štiri, da dobimo število trenutno aktivnih blogov. V slovenski blogosferi je torej okrog 200 posameznikov, piscev, avtorjev, ki s svojim pisanjem in reagiranjem na pisanje drugih soustvarjajo slovensko blogosfero.

Ker slovenska blogosfera, po eni strani, gosti enega od prvih blogarjev na svetu in ji je, po drugi strani, v trinajstih letih uspelo pritegniti ter ohraniti le kakšnih 200 članov, je smiselno, da podatke primerjamo s stanjem v ameriški blogosferi, ki je prva, najštevilčnejša in najbrž tudi najvplivnejša na svetu.

Svetovna populacija blogov šteje 6 milijonov<sup>8</sup> subjektov, kar pomeni, da naj bi vsak tisoči Zemljan urejal svojega. Gre seveda za zelo površen približek, saj slabih 300 milijonov<sup>9</sup> Američanov od tega ureja kar dve tretjini, torej 4 milijone blogov. V število so zajeti prav vsi ameriški blogi, ki so bili kadarkoli detektirani kot taki. V Perseusovi raziskavi ocenjujejo, da je aktivnih (v povprečju osveženi vsakih 14 dni) le dobra tretjina ali milijon in pol (Henning).

Na podlagi teh ocen ugotovimo, da v blog zapisuje vsak dvestoti Američan in vsak deset tisoči Slovenec. Delež blogarjev in blogark na slovenskem pa najbrž niti ni tako nizek, če drži, da dobrim šestim milijardam Neameričanov pripisujejo le dva milijona blogov – pri čemer niti ne vemo, kolikšen je delež aktivnih.

Kdo so slovenski blogarji, s kakšnimi razlogi to počnejo in na kakšen način javno delujejo bomo natančneje spoznali v poglavjih V in VI. K bistvu te naloge bomo prešli z rezultati dveh ločenih, a medseboj tesno povezanih empiričnih analiz slovenske blogosfere. Najprej z analizo vsebin, v kateri smo se osredotočili na zunanje, objektivne dejavnike skupnostne kohezivnosti znotraj slovenske blogosfere, medtem ko bomo subjektivno percepcijo in medosebne odnose blogarjev natančneje zaznali s spletno anketo. V njej bodo blogarji odgovarjali o razlogih, zaradi katerih so pričeli pisati, svojih izkušnjah, zaupanju itn.

---

<sup>8</sup> Vir: Spletno delo ([http://www.delo.si/index.php?sv\\_path=41,790,92770](http://www.delo.si/index.php?sv_path=41,790,92770), 12. 10. 2005).

<sup>9</sup> Ocena velja za leto 2004. Vir: U.S. Census Bureau (<http://quickfacts.census.gov/qfd/states/00000.html>, 10. 12. 2005)

Pred tem pa se spustimo v razpravo o tem, kako analitsko sploh razumeti družbene tvorbe, kot so skupnosti. V naslednjem poglavju bomo pregledali teoretične prispevke klasikov, kot so Tönnies, Durkheim, Simmel, Weber in Dewey, in nekaj novejših avtorjev, ki ugotavljajo, katere od številnih lastnosti veljajo tudi za skupnosti v kibernetiskem prostoru.

### III LASTNOSTI SKUPNOSTI

Zagotovo spadajo skupnosti med najaktualnejše komunikološke pojave, tako zaradi središčne vloge koncepta v družboslovju kot tudi zaradi njegove stalne prisotnosti od začetkov raziskovanja družbe in komuniciranja. In gledišč, s katerih lahko opazujemo izbrano enoto analize, je najbrž vsaj toliko kot avtorjev, ki se spopadajo s tem težko ulovljivim fenomenom.

Skupnost je kompleksen pojem vsaj iz dveh razlogov: prvič, v eni besedi nosi številne in večdimenzionalne pomene in, drugič, opisuje kompleksen družbeni pojav, ki je odvisen od cele vrste dejavnikov. Zato ni presenetljiva številčnost socioloških smeri in teorij, ki skupnosti razlagajo na popolnoma svoj, specifičen način. A to ne pomeni, da je raziskovanje skupnosti brez smisla. Prav nasprotno: raziskovanje tako obče človeškega, družbenega vedenja lahko vodi k reševanju zelo konkretnih in pomembnih vprašanj sodobne, po mnenju nekaterih celo preveč individualizirane družbe, v kateri je posameznik prisiljen slediti individualnemu, osebnemu stilu življenja in tudi načrtno izbirati skupnosti, v katerih biva. (Ule, 2000: 50-52)

V utemeljitev relevantnosti raziskovanja skupnosti zapišimo še mnenje Igorja Bahovca (2004: 14), ki teorije skupnosti natančno obravnava v doktorski disertaciji, kjer razpravlja tudi o smiselnosti definicij znotraj meja njene rabe. Pri definiranju skupnosti namreč ne gre zato, da bi bile definicije pravilne ali napačne, kaj šele univerzalne. Ustrezati morajo predvsem določenemu namenu, okviru raziskave, ali opisanemu pojavu.

Zato bomo v nadaljevanju opravili kratek pregled pomembnejših teorij, ki se ukvarjajo s socialnimi kolektivitetami in izluščili bistvene značilnosti, s katerimi si bomo kasneje pomagali pri opazovanju slovenske blogosfere.

### III.1 Soodvisnost članov skupnosti

Klasični koncepti skupnosti se stikajo pri sklicevanju na (1) fizično časovno-prostorsko in/ali (2) interesno bistvo skupnosti (glej npr. Tönnies, 1999/1935; Simmel, 1993/1917; Dürkheim). Da tradicionalno razumevanje skupnosti vključuje prostorsko komponento in se podrobneje ukvarja z vprašanji pripadnosti, identitete, reševanja konfliktov, razmerja individualno-kolektivno in drugih razsežnosti skupnosti, v svojih analizah upoštevajo tudi nekateri sodobnejši avtorji, ki proučujejo okoliščine za nastajanje novih oblik "kibernetskih skupnosti" (Fernback 1999: 206-209). Tudi po našem mnenju je analitična vez s tradicionalnimi razumevanji skupnosti ključnega pomena, zato bomo tukajšnjo razpravo začeli s klasikom Ferdinandom Tönniesom, saj nam je ob intenzivnem razvoju novih komunikacijskih dimenzij, ki jih odpirajo blogi, njegovo razumevanje skupnosti morda še najbližje.<sup>10</sup>

Značilnost in bistvo *skupnosti* je po Tönniesu v t. i. *naravni volji*, ki je neposredno povezana z izročilom ter rodом. Odlikujejo jo občutenje skupnosti, kolegialnost, družina, ritualnost, razumevanje in konsenz; gre torej za nezavedna, intuitivna ter čustvena vodila, skozi katera nastajajo prvotne (gledano na čas nastanka) skupnosti (Tönnies, 1999/1935: 59-83; Tönnies v: Bahovec, 2004: 33-34).

Drugi tip povezovanja ljudi je *družba*, ki se je oblikovala kot odziv na dobo modernega individualizma, za katerega so značilni mehanski, pogodbeni odnosi. Skladno s to spremembo se je morala preoblikovati tudi vsebina socialne vezi. Intuitivne nagibe *naravne volje* zamenjuje *racionalna volja*, ki na podlagi razuma in pogodbe združuje v bistvu ločene individue (Tönnies, 1999/1935: 84-116).

Podobno kot Tönnies, je tudi Emil Durkheim že pred njim poudaril, da so spremembe v načinih združevanja ljudi posledica napredka, natančneje, družbene delitve dela. Predindustrijske družbe je povezovala *mehanska solidarnost*. Delovala je kot kolektivna zavest, ki se je razdrobila zaradi povečevanja individualnih razlik, posledic izrazite funkcionalne diferenciacije. Ponovno družbeno integracijo naj bi bilo mogoče doseči le prek *organske solidarnosti*, torej svobodne izbire odnosa etične in moralne solidarnosti,

---

<sup>10</sup> Pri tem izhajamo iz Tönniesove monografije *Skupnost in družba* (1999/1935), ki velja za temeljno delo s področja sociologije skupnosti. V njem avtor razmišlja o vzgibih, ki vodijo ljudi v združevanje, in načinih ter načelih njihovega združevanja.

ki bo individualno razpršeno zavest ponovno uskladila s kolektivno. (Durkheim, 1933: 38 v: Bahovec, 2004: 46)

Tönnies in Durkheim se torej ukvarjata z vprašanji skupne, kolektivne zavesti in soodvisnosti na ravni identitete v nekoč lokalnih ter izrazito fizično povezanih skupnostih. Te so se razdrobile v procesih posodabljanja, kot je industrializacija. Avtorja iščeta odgovor na pomanjkanje primarne, lokalne in sorodstvene soodvisnosti v njenih bolj instrumentalnih, racionalnih in moralnih oblikah.

Poleg soodvisnosti je zelo pomembna, če ne celo bistvena lastnost, ki se oblikuje med člani skupnosti, občutek, da pripadajo neki "skupni stvari". Pri čemer imamo v mislih predvsem naravo ali značaj odnosov, ki člane povezujejo med seboj.

### **III.2 Občutenje skupne pripadnosti**

Kot bomo videli, je bistvo skupnosti veliko bliže občutenju teh odnosov in vzajemnemu priznavanju članov kot pa fizičnemu so-bivanju ali skupnemu posedovanju materialnih atributov. Za skupnosti je torej izjemnega pomena, da se združujejo v skupnih mentalnih predstavah, ki jih utrjuje predvsem simbolna vrednost skupnih atributov.

Max Weber imenuje družbeni odnos, ki temelji na občutenju skupne pripadnosti, *Vergemeinschaftung*.<sup>11</sup> Ta se v najbolj čisti obliki poraja v duhovnih ali emocionalnih odnosih. *Vergesellschaftung* pa je družbeni odnos, ki temelji na racionalnem sporazumu in je najbolj viden v odnosih tržne menjave. Strogo racionalna podlaga delovanja omogoča le kompromis med nasprotujočimi si interesi, s čimer je odstranjen le del vzrokov in intencij spopada. (Weber v: Bahovec, 2004: 56-58) To pomeni, da skupnosti obstajajo v vzajemnem občutenju članov in je za njihov obstoj izključno instrumentalna racionalnost nezadosten pogoj. Za zlitje v skupnost je torej tudi po Webrovem mnenju bistvena ideja o mentalni povezanosti v tej isti skupnosti.

---

<sup>11</sup> Ker primerne slovenskega prevoda nismo našli oz. se predlagani prevodi pojmov *Vergesellschaftung* in *Vergemeinschaftung* zaradi objektivnih jezikovnih preprek niso prijeli, bomo tudi na tem mestu uporabljali nemška izraza. (Več v Bahovec, 2004: 56-57)

### III.2.1 Mentalna povezanost

Charles H. Cooley pripisuje *primarnim* "od-ust-do-ustnim"<sup>12</sup> skupnostim, torej skupnostim v okoliščinah neposrednega komuniciranja, za katere je značilna visoka kooperativnost članov, intenzivnost in večplastnost (*multipleksnost*) odnosov. Psihološka posledica tako intimnih odnosov med člani je njihovo zlitje v skupno celoto. Enotnost in vzajemno priznavanje take skupine se navzven izražata v prvoosebni množini, z uporabo osebnega zaimka *mi* (1956/1902: 23).

Živahna izmenjava misli in občutkov združuje člane na imaginarni, mentalni ravni, tako da v skupnosti najdejo zatočišče socialnega sebstva (*social self*), svoje predanosti, ambicij in moralnih standardov (Cooley, 1956/1902: 33).

Ugotovili smo, da se klasični teoretiki skupnosti v svojih konceptih človekovega združevanja močno opirajo na vlogo skupnega teritorija in pomen moralne ali čustvene zveze med člani. Nekateri med njimi pa se v idejah o občutenju skupnosti že kar očitno spogledujejo s sodobnejšimi pristopi k razumevanju socialnih kolektivitet, ki bistvo skupnosti vidijo v njeni substanci, torej odnosih, vzajemnih socialnih, emocionalnih in mentalnih okvirih, ki so odsev človeškega delovanja.

### III.2.2 Skupni atributi

Jan Fernback (1999: 204) skupnosti v kibernetičnem prostoru teoretično utemeljuje v njihovi simbolni naravi, ki se izraža v fizičnih oz. časovno-prostorskih povezavah (*spatial relations*) in družbenih odnosih. Zanj je skupnost pravzaprav funkcija ideje, predstave o skupnosti in človeškega delovanja. Skupnost tako obstaja v dveh dimenzijah: prvič, kot objekt proučevanja, in drugič, kot proces oz. komuniciranje, prilagajanje in usklajevanje skupinske dinamike ter ideologij članov. (Fernback, 1999: 215-217)

Esenca skupnosti so atributi, skupni vsem njenim članom, najsi bodo to interesi ali sobivanje na geografski lokaciji. Skupnost in njeni člani so povezani v posedovanju

---

<sup>12</sup> Andrej Pinter v prevodu Deweyjevega dela Javnost in njeni problemi "face-to-face" skupine prevaja kot "od-ust-do-ustne", in hkrati opozarja na Cooleyjevo originalost pri kovanju omenjene družboslovne terminologije (Dewey, 1999/1927: 86).



skupnih interesov, dobrin, identitete in značilnosti; vsega "skupnega", ki zraven fizičnih zvez (skupen čas in teritorij) obsega še, ali bolje, predvsem skupne kulturne, socialne, emotivne in racionalne reference. (Fernback, 1999: 204)

Fernback nas opozarja na še eno bistveno lastnost kolektivnega življenja; to so nenehna in večinoma nezavedna pogajanja o dimenzijah in definicijah prisotnega občestva. Meje, vloge in pomeni skupnosti se nenehno spreminjajo ter v nobenem trenutku niso absolutno in natančno določeni. (Fernback, 1999: 204; Raymond Williams, 1983 v: Fernback, 1999: 204)

Tudi teoretika družbe visoke moderne Anthony Giddens in Ulrich Beck opozarjata na fluidnost in refleksivnost skupnosti, ki sama na sebi ne obstaja, ampak je otipljiva šele v mišljenju, komuniciranju in delovanju članov. (Ule, 2000: 51-52; Beck, 1994: 5-8, 13; Giddens, 1991: 14, 29; 1994: 56-109; Trček, 2003: 64)

### **II.2.3 Zamišljena skupnost**

O občutenju ali zamišljanju skupnosti piše tudi Benedict Anderson, ki mu namenjamo lastni razdelek, saj se od ostalih avtorjev loči po tem, da svoje razumevanje skupnosti preverja z idejo nacionalizma.

Pri Andersonovih zamišljenih skupnostih torej ostajamo zelo blizu Fernbackovim (1999), Cohenovim, Giddensovim (1991) in Beckovim (1994) konceptom. Zamišljena skupnost je zanj tista, katere pripadniki nikoli ne spoznajo vseh svojih sočlanov in niti ne vedo zanje, vendar pa sleherni od njih v sebi nosi določeno predstavo o povezanosti v to skupnost ter je prepričan o nenehnem, anonimnem in hkratnem delovanju članov (Anderson, 1998: 14, 36). "V resnici je tako, da so zamišljene vse skupnosti, ki so večje od prvotnih vaških skupnosti in preraščajo neposredni medčloveški stik (morda pa celo tudi te)." (Anderson, 1998: 15)

In če smo sedaj pojasnili, kaj so bistvene vezi, ki posameznike združujejo v skupnost in kako se skupnost "družboslovno misli", bomo v nadaljevanju pozornost namenili posameznim članom teh skupnosti. S pomočjo izbranih teoretskih izhodišč bomo

skušali ugotoviti, s kakšnimi razlogi in na kakšen način posamezniki postajajo člani skupnosti.

### **III.3 Psihološki motivi članov**

Sorodno s Tönniesom ali Durkheimom Georg Simmel moderne ne razume kot popolnega razpada *skupnosti*. Moderna je po avtorjevem mnenju le prispevala k bolj socialno utemeljenim identitetam posameznikov, ki pa nikoli v zgodovini niso bili popolnoma izolirani ali absorbirani v skupnosti. Simmelovo razumevanje socialnih entitet zato ni vpeto v tipski dvopol in ga je primerneje ponazarjati z neke vrste kontinuumom družbenih odnosov, podružbljanja. (Simmel, 1993/1917)

Simmlovo izhodišče so psihološki motivi posameznika (interes, želja, volja za močjo), "ki se v družbeni interakciji skozi splošne forme, kot so imitacija, sodelovanje, tekmovanje, podrejanje itd., oblikujejo v družbene institucije, na primer v državo, cerkev ..." Skoznje se vrši podružbljanje. (Stankovič, 1995: 67) Posameznika motivira t. i. družabnostni gon ali čut za oblikovanje družbe, zaradi česar združevanje spremlja občutek zadovoljstva v enotnosti/skupnosti, znotraj katere se njegovi interesi udejanjajo. (Simmel, 1993/1917: 42, 44)

#### **III.3.1 Emocionalna navezanost**

Simmel skupnostim hkrati očita pomanjkanje odgovornosti, saj naj bi se člani skupine lahko ujeli le v najbolj osnovnih lastnostih, ki so skupne vsem in včasih komajda dosegajo etični oz. normativni minimum. (1993/1917: 29, 33-34, 35) Vzajemno učinkovanje posameznikov pa razvija dinamiko, ki se zaradi velikosti in številčnosti skupine zdi objektivna in vsakomur prikriva lastni, osebni, prispevek. Vsak član z lastnim vedenjem pritegne ostale, zaradi česar skupnost deluje kot množitelj čustvene potence. (Simmel, 1993/1917: 36-37)

Kot bomo videli kasneje na primeru slovenske blogosfere, v skupnostih kibernetnega prostora opazamo emocionalno navezanost med člani, a smo hkrati prisiljeni oporekati trditvam o neodgovornosti s čustvi zapeljanega članstva, ki, kot se bo izkazalo, pravzaprav živi z občutkom dolžnosti do okolja.

### II.3.2 Zagotavljanje pomena in identitete

Anthony Cohen osvetljuje nastanek skupnosti s konstruktivističnega zornega kota, s tem ko govori o simbolni dimenziji kot bistvu skupnosti, s katero postavlja substanco pred formo. Materialne, geografske, ali ekološke okoliščine so zanj samo okvir, ki ga šele člani skupnosti napolnijo s pomenom. Zato tudi Fernback trdi, da bi skupnosti morali preučevati kot "pomenske entitete" (*entity of meaning*) oz. kolektivitete, ki zagotavljajo pomen in identiteto (Cohen v Fernback, 1999: 210).

Ponovno se spomnimo Giddensovih in Beckovih konceptov fluidne in reflektivne skupnosti, ki to postane šele prek komuniciranja in samorefleksije svojih članov. K temu moramo dodati tudi atomiziranega posameznika, ki svojo identiteto oblikuje z vstopanjem v skupnosti. Odločitve o vstopu so običajno dobro premišljena izbira in zato déli skrbno načrtovane osebne zgodbe.

Identiteta posameznika je torej otipljiva šele s samorefleksijo, izbiro in pogajanji glede različnih možnosti o tem, "*kdo sem*". Sebstvo pa je negotovo, saj se od vsakogar pričakuje obvladovanje nešteti tveganih možnosti. Z individualizacijo življenjskih procesov, ki je posledica globalizacije, se je razširil igralni prostor možnosti in vsakemu posamezniku je bila podeljena naloga, da nenehno vzpostavlja ter utrjuje svoj družbeni položaj, pravi Mirjana Ule v Sodobnih identitetah (2000: 49-57).

V tem smislu tudi Gregor Petrič v doktorski disertaciji (2003: 59-69, 91-108) računalniško posredovanemu komuniciranju podeljuje status samo-predstavitvenega komunikativnega delovanja. Utemeljuje ga skozi osebne spletne strani, s katerimi posamezniki pišejo svoje osebne zgodbe in s pomočjo gradnikov, ki so jim na voljo pri oblikovanju samo-predstavitev, težijo h koherentni pripovedi o tem, kdo so. Tako lahko tudi bloge razumemo kot izraz posameznikove identitete. Ti hkrati pričajo o premišljenosti odločitve za vstop v blogosfero. V skupnosti blogarjev pa ponovno potekajo prefinjena pogajanja oz. pozicioniranja znotraj izbrane skupnosti, kar bomo

kasneje preverili z opazovanjem vzpostavljenih povezav enega avtorja do blogov drugih avtorjev v stranskem stolpcu oz. na posebnem seznamu *blog-roll*.<sup>13</sup>

### III.4 Vzajemnost

Jedro in nujen (a kljub vsemu ne zadosten) pogoj za nastanek ter obstoj skupnosti je izmenjava informacij. Komunikacija je okvir, znotraj katerega se vzpostavlja zavest o skupnosti, torej skupnost sama. Ali kot pravi Cooley, sporočanje je "/.../ mehanizem, prek katerega obstajajo in se razvijajo medčloveški odnosi /.../" (2001/1909: 148) Komuniciranje vzpostavlja mišljenjsko občestvo, v katerem nastopajo projekcije uma. (Cooley, 2001/1909: 148-149)

Zato po Cooleyu prav izum tiska oz. množični mediji omogočajo širjenje védenja, oblikovanje in izražanje javnega mnenja ter v sporočanje pritegnejo posameznike s sorodnim mišljenjem, ki je temelj združenega delovanja. Gledano obratno pa tisk tudi "/.../ omogoča posamezniku vstopiti v družbeno življenje." (Cooley, 2001/1909: 153)

Družbeno situacijo tako sestavlja matrika vedenj in odzivov, idej in simbolov, ki so del izkustva vseh vpletenih v komunikacijski proces, kar bomo ponazorili s primerom. (Mead, 2001/1934: 225-235) Recimo, da želimo spoznati mišljenje osebe A. V premislek moramo vzeti njeno vedenje do B-ja, odziv B-ja na vedenje osebe A, B-jevo vedenje do A in odzive osebe A na B-jevo vedenje; torej je mišljenje, ne samo sporočanje, ampak tudi spodbujanje odziva, prevzemanje vloge in osredotočenost na delovanje drugega. (Mead, 2001/1934: 229-230) Skupni odziv na nek predmet je torej bistvena spodbuda za vztrajanje v družbeni situaciji.

O tem govori ideja o prevzemanju perspektive *posplošenega drugega*, ki poteka s ponotranjanjem norm, vrednot in interpersonalne dinamike skupinske dejavnosti. Na ta način družbene strukture prehajajo v strukture zavesti, s čimer si skupnost pridobi (neformalni) nadzor nad vedenjem članov. Mead izpostavlja oblikovalni vpliv skupine na posameznika in celo "odvisnosti posameznika od različnih sestavnih delov skupine

---

<sup>13</sup> Ta pa je tudi najbolj očiten znak vzajemnosti skupnostnega delovanja, saj lahko že samo s skiciranjem povezav z omenjenih seznamov izvemo veliko o dinamiki in intenzivnosti interakcij med člani. (Glej npr. Merelo-Guervos et al., 2005)

/" (2001/1934: 231), kjer so ideje in simboli določeni z interakcijo članov. (2001/1934: 232). Ali kot pravi Metka Kuhar v svoji disertaciji (2005: 50), sebstvo brez medosebnega in znotrajosebnega komuniciranja sploh ne more obstajati, saj nihče ne obstaja ločeno od družbe, brez komuniciranja.

V monografiji o razvoju in širjenju nacionalizma Anderson razlaga, kako se je razvoj tiska izrazil kot temeljni dejavnik v procesu oblikovanja jezikovnih in nacionalnih skupnosti. V procesu množične izmenjave so se bralci "začeli zavedati sto tisočev ali celo milijonov ljudi svojega jezikovnega področja." (Anderson, 1998/1983: 54) "[Z]a to zamišljeno skupnost je pomembna ideja stalne, trdne hkratnosti" (Anderson, 1998: 75), ki se izraža v t. i. naravnih vezeh, na katere nimamo vpliva (npr. jezik, spol, ali rasa). Kot pravi avtor, imajo te vezi avreolo nepristranosti in nanje ne moremo vplivati. V ritualih nas povezuje zamišljeni glas, ob katerem čutimo 'lepoto Gemeinschaft'. (Anderson, 1998: 160, 162)

Zavest o obstoju naravnih vezi spremlja občutek povezanosti, prepletenosti in ljubezni do svoje skupnosti ter sovraštvo do druge. (Anderson, 1998: 157, 160) Sklepamo lahko, da so vezi med pripadniki in do naravne skupnosti močne, ki zato mogoče otežujejo iskanje stikov navzven. S tem pa se odpira vprašanje o potencialih zapremoščanje razdalj med skupnostmi, kar je tudi eden od bistvenih problemov, s katerim se ukvarjamo v pričujoči nalogi .

### **III.5 Razdor lokalnega in rešitev v ageografskem?**

Ko smo dosedaj na kratko opisovali klasične teorije o skupnostih in načinih njihovega vzpostavljanja, smo s posebnim razlogom izpustili Deweyjev prispevek, ki nam bo služil kot odskočna deska pri opisovanju raziskovalnega vprašanja v naslednjem poglavju o kohezivnosti.

Kot vsi naštetih avtorji namreč tudi John Dewey opozarja na novo dobo človeških odnosov, ki je nastopila z industrializacijo. Mehanske oblike združenega življenja in brezosebne so vdrle v idealno *lokalno skupnost*, ki je nekoč temeljila na neposrednih medosebnih stikih, ter jo razdrle v individualizirano družbo. (Dewey, 1999/1927: 86,

88) Izhod iz tako nastale "krize" naj bi bil po avtorjevem mnenju mogoč z vzpostavitvijo *Velike skupnosti*. (Dewey, 1999/1927: 142-148)

Dewey je v pričakovanju in iskanju nove skupnosti morda najbolj radikalen. Vztraja namreč pri izjemnem pomenu komuniciranja, povezanosti in skupnega delovanja. Njegova *Velika skupnost* bi temeljila na popolnoma demokratičnih odnosih in izjemni kooperativnosti, ki bi ju oplajala vseprisotna zavest o pomenu javnosti. (1999/1927). Gre torej za dosegljiv ideal ali utopijo?

Ob prebiranju monografije *Javnost in njeni problemi* se porajajo mnoge asociacije o tehnoloških potencialih bloga, ki bi lahko pomenili korak v smeri doseganja demokratičnih idealov in zaradi katerih mu nekateri prerokujejo potencialno revolucionarno vlogo pri transformaciji družbe (Blood, 2000; Herring et al., 2004). Mi bomo vlogo blogov skušali pojasniti s pomočjo koncepta ene od temeljnih lastnosti skupnosti – kohezivnosti.

### **III.6 Kohezivnost**

Kohezivnost skupnosti je večdimenzionalen fenomen in latenten konstrukt, ki ga zaradi težav pri iskanju ustrezne definicije velikokrat opisujejo kar s širokim naborom indikatorjev. (Friedkin, 2004; Schachter, 1968)

Stanley Schachter (1968: 542) ga prepoznava kot družbeni cement oz. družbene sile, ki so razlog za združevanje ljudi. Podobno ga vidi tudi Festinger (v: Schachter, 1968: 542), za katerega je kohezivnost skupnosti rezultanta vseh sil, ki delujejo na posameznike, tako da ti ostanejo skupaj, v skupini. Razumevanje skupnosti s pomočjo koncepta kohezivnosti je blizu tudi Noahu E. Friedkinu, ki ob tem vztrajno opozarja na bistveno pomanjkljivost te definicije, ki ne omenja vpliva članov na (pre)oblikovanje okolja. Indikatorji kohezivnosti na individualni ravni so bistveni in hkrati sestavni del agregatov manifestacij skupinske kohezivnosti, kot pravi. (Friedkin, 2004: 410-411)

Skupna točka teh definicij je ideja privlačnosti skupine za njene člane, ki jo Friedkin (2004) razširja z dimenzijo vpliva individualnih dejavnikov na strukturo, torej vpliva posameznikov in njihovih medosebnih relacij na skupino. Iz tega lahko izpeljemo

dvodimenzionalno definicijo skupnostne kohezivnosti: **kohezivnost je lastnost skupnosti, za katero sta značilni privlačnost skupnosti za njene člane in članska podpora skupnosti.**

Na podlagi te definicije bomo opazovali kohezivnost slovenske blogosfere na dveh ravneh:

1. na strukturni, kjer nas bodo zanimale značilnosti in organizacija skupnosti ter komunikacijska situacija;
2. na individualni, kjer bomo opazovali člane, in sicer v odnosu do same skupnosti ter drugih članov.

V nalogi pa nas ne bo zanimala samo kohezivnost blogosfere, za katero bi lahko rekli, da opisuje intenzivnost *notranje* povezanosti članov v skupnost. Vprašali se bomo tudi, kakšne so posledice dejavnikov kohezivnosti na možnosti "odpiranja slovenske blogosfere". Zanima nas namreč uresničevanje dveh nasprotujočih, a med seboj povezanih oblik skupnostnega delovanja v slovenski blogosferi in sicer: a) možnost premoščanja razlik med člani in heterogenega povezovanja navzven na eni strani ter b) možnost interne krepitve vezi med člani in homogenizacija skupnosti na drugi.

Pri tem si bomo pomagali s Putnamovim (2000; glej tudi Norris, 2004) konceptom socialnega kapitala in dveh razsežnosti tega pojma: krepitve in premoščanja, ki smo jih pravkar nakazali. Opisali jih bomo v naslednjem poglavju in opozorili na njihovo relevantnost pri raziskovanju skupnosti.

## IV SOCIALNI KAPITAL V BLOGIH

V tem poglavju bomo utemeljili, zakaj je blog tako drugačen od ostalih spletnih mest in internetnih komunikacijskih platform, na katerih prav tako vznikajo skupnosti; s katerimi značilnostmi se ta razmeroma nov tip komunikatorja/avtorja odlikuje ter katere so tiste komunikacijske lastnosti, ki najbolj vplivajo na skupnostno delovanje v blogosferi.

Pričeli bomo s problematizacijo bloga kot komunikacijskega orodja in premislili, kdaj ter pod kakšnimi pogoji nastaja blogarska skupnost. Z definiranjem socialnega kapitala in njegovih dveh razsežnosti bomo blogosfero opazovali s prav posebnega zornega kota: zanima nas, kako posamezni dejavniki kohezivnosti prispevajo bodisi k tesnejši povezanosti že prisotnih članov bodisi k vzpostavljanju "čezmejnih", inkluzivnih interakcij. V zadnjem, najobsežnejšem podpoglavju, »Dejavniki kohezivnosti in socialnega kapitala v slovenski blogosferi«, bomo primerjali kohezivnost skupnosti na individualni in strukturni ravni ter predstavili rezultate prvega dela empirične študije – analize vsebin na vzorcu 90 slovenskih blogov.

Najprej pa, kot že rečeno, nekaj besed o blogu s komunikološkega zornega kota in izraziti dvosmernosti interakcij med blogarji.

Blog namreč ni le sporočevalec oz. oddajnik informacij, ampak tudi aktiven (s)prejemnik. Tehnično mu to omogočajo funkcionalnosti, kot so sistemi za sindikacijo novosti (RSS) ali komentiranje. Vsebinsko za to poskrbijo sami avtorji; po eni strani, s prebiranjem in pisanjem komentarjev na zapise drugih članov ter, po drugi strani, z zbirko povezav, ki vodijo do priljubljenih spletnih mest. Spomnimo se že omenjene ideje Herringove in njenih sodelavcev (2004), ki prav zaradi sočasne funkcije sporočanja in sprejemanja informacij trdijo, da so blogi novost v tehnološkem in vsebinskem smislu, ki lahko pomembno vpliva na večjo inkluzivnost družbe.

Še podrobneje bomo vlogo in potencial blogov, ki ju ti zlagoma razvijajo, pojasnili z Van Kaamovo in Bordewijkovo tipologijo informacijskih tokov (v: Wijnia, 2000: 7-9;



v: Oblak in Delakorda, 2005: 112-113), po kateri blogi od tradicionalnih spletnih mest odstopajo z značilnostjo t. i. *registracije*.

#### **Tipologija informacijskih tokov:**

1. *alokucija* je simultani tok informacij od centra v skupnost posameznikov, kjer je center vir informacij, ki določa tudi temo, čas in tempo sporočanja;
2. *konzultacija* je sporočanje od centralnega vira k decentraliziranim odjemalcem, ki sami izbirajo temo in določajo čas in tempo;
3. *registracija* je komunikacijska dejavnost centra, ki določa temo, čas in tempo ter zbira informacije oz. jih prejema od decentraliziranih virov;
4. *konverzacija* je izmenjava informacij med dvema ali več decentraliziranimi enotami, ki vzajemno določajo temo, čas in tempo.

Blogi so v komunikacijskem smislu specifični, saj obsegajo ravni konzultacije, konverzacije in registracije hkrati. Z obvladovanjem slednje, registracijske razsežnosti, predstavljajo pomembno nadgradnjo običajnih konzultacijskih spletnih mest in pretežno konverzacijskih forumov ter hkrati veljajo kot alternativni vir alokucijskim, tradicionalnim oblikam medijev.

Tako Wijnia (2000: 7-9) v blogih vidi pomembno komunikacijsko izhodišče, zaznamek, ki bralcem odpira še številne druge komunikacijske kanale in spodbuja participacijo v obstoječem diskurzu ali vzniku novega. Poleg tega pa internetska telefonija, forumi, klepetalnice, elektronska pošta idr. orodja, dodatno večajo obseg in intenzivnost socialnih odnosov, zaradi česar govorimo tudi o *multipleksnosti* oz. večplastnosti interakcij, kar lahko še dodatno pozitivno vpliva na kohezivnost skupnosti.

Toda, ker struktura in način urednikovanja spletnih dnevnikov obenem potiskata komentatorske glasove v zelo podrejen položaj, lahko tako, konzultacijsko komuniciranje pomembno omejuje razpravo, sodelovanje širšega kroga ljudi in razvoj skupnosti. Čeprav se avtorji in bralci blogov povezujejo med seboj prav na ravni konverzacijskih in registracijskih komunikacijskih tokov, s čimer razvijajo ter širijo razpravljajočo skupnost.

Kohezivnost skupnosti je torej lahko rezultat različnih komunikacijskih tokov. Kateri je v spletnem okolju najbolj učinkovit, ne vemo. Lahko pa domnevamo, da tisti, ki pozitivno učinkuje na konstrukcijo skupne identitete skupnosti. Zato je smiselno zastaviti naslednje vprašanje: ali skupnost kot je v našem primeru skupnost slovenskih blogarjev, živi na pretežno omejenem prostoru, kjer se med seboj povezujejo posamezniki sorodnih idej in lastnosti, ali pa se z oblikovanjem večje socialne mreže premoščajo vrzeli med najrazličnejšimi socialnimi skupinami? Odgovor bomo iskali tudi s pomočjo analitičnega vpogleda v inkluzivne in ekskluzivne razsežnosti socialnega kapitala, ki ga moramo najprej definirati.

## IV.1 Definicija socialnega kapitala

Robert D. Putnam spada med pomembnejše socialne analitike zadnjega desetletja. Osrednji pojem njegovega dela je *socialni kapital*, ki ima sopomenke v Bordieuevih konceptih *kulturnega kapitala*, izobrazbe v širšem smislu, in *socialnega kapitala*, kamor spadata poreklo in vzgoja. (Haralambos in Holborn, 1999/1995: 746-765; Škerlep, 1995: 241-242)

Po Putnamu (2000; glej tudi Norris, 2004) socialni kapital tvorijo socialne vezi, medosebna omrežja, ki imajo pomemben vpliv na posameznika in skupnost. Izraža se v normi *splošne vzajemnosti*, za katero je značilno relativno altruistično nudenje pomoči, ob zavesti, da bo nekoč nekdo pomagal tudi temu, ki trenutno nudi pomoč. **Socialni kapital so torej družbena omrežja, ki delujejo na podlagi splošne vzajemnosti obveze in odgovornosti za delovanje.** (Putnam, 2000: 18-21)

## IV.2 Razsežnosti socialnega kapitala

V omenjeni monografski obravnavi socialnega kapitala na primeru ameriške družbe Putnam ločuje med njegovimi inkluzivnimi in ekskluzivnimi oblikami. Prve, pravimo jim dejavniki *premoščanja* (angl. *bridging*), povezujejo heterogene posameznike in skupine, s čimer presegajo komunikacijske vrzeli med različnimi družbenimi okolji. Druge, ki jih avtor imenuje dejavniki *krepitve* (angl. *bonding*)<sup>14</sup>, jačajo povezanost

---

<sup>14</sup> Putnamov pojem *bonding* lahko dobesedno prevajamo kot povezovanje. Tak prevod pa bi deloval dvoumno, saj lahko pomeni povezovanje članov znotraj neke skupnosti in hkrati namiguje na

znotraj relativno homogene skupine. V tem smislu Putnam svoje ideje tudi ilustrira: "Ekskluzivni socialni kapital je neke vrste družbeno lepilo, medtem ko inkluzivni socialni kapital zagotavlja družbeni WD-40." (2000: 22, 23)

Ob visoki stopnji znotrajskupinske povezanosti in izraziti lojalnosti do skupine se pogosto razvije močan antagonizem do nečlanov. Vendar pa večina skupin simultano združuje obe obliki interakcij - intenzivnejše povezovanje članov znotraj skupine in hkratno premoščanje nekaterih socialnih razlik. Spletne klepetalnice, denimo, po eni strani združujejo geografsko razpršene posameznike, pripadnike različnega spola, starosti, ali veroizpovedi, ki so, po drugi strani, lahko izjemno homogena skupina glede na doseženo izobrazbi ali izbrano ideologijo. (Putnam, 2000: 23) Drug nazoren primer izrazite prisotnosti obeh procesov, premoščanja in povezovanja v neki skupnosti, so verske skupnosti. Zanje je značilno združevanje posameznikov z enakim verskim prepričanjem, ki so v dobroti pripravljene pomagati širši skupnosti, ne glede na veroizpoved njenih članov. (Putnam, 2000: 78-79)

Ugotovili smo, da obliki socialnega kapitala nista nasprotni in se ne izključujeta ter da visoka stopnja ekskluzivnega socialnega kapitala nima nujno za posledico antagonističnega odnosa do nečlanov ali pripadnikov drugih skupin. Toda zaradi specifičnega računalniško posredovanega družbenega okolja, v katerem živi slovenska blogosfera, ki se ji bomo natančno posvetili z dvema empiričnima pristopoma, si na kratko oglejmo še, kako lahko ravno te nove tehnološke in družbene okoliščine vplivajo na delovanje socialnega kapitala.

### **IV.3 Vloga komunikacijskega okolja pri delovanju socialnega kapitala**

Tehnološke in družbene spremembe razširjajo in spodbujajo sporočanje, s čimer so se interakcije razširile v prostoru in času ter družbo dvignile na višjo organizacijsko raven, na kateri se možnosti komuniciranja in dostop do komunikacijskih sredstev izenačujejo. (Cooley, 2001/1909: 154-155; 1956/1902: 81-82) Vendar je količina informacij, ki se

---

povezovanje članov skupnosti navzven, z nečlani, s pripadniki drugih skupin, ipd., zaradi česar bi ga nehote razumeli kot sopomenko *premoščanju*. Zato predlagam, da Putnamov *bonding* slovenimo kot *krepitev* vezi znotraj obstoječe skupnosti, s čimer bralcu ne bomo ustvarjali nepotrebne zmede.

npr. pojavlja na svetovnem spletu, pogosto moteč dejavnik in ustvarja entropično-ekološki šum kibernetskega prostora (Trček, 2003: 21).

Poplavo informacij je opazil že Cooley, ki pravi, na nas tisk zalaga z nešteti informacijami in zgodbami, med katerimi je le redko katera bistvena ali resnično vredna zanimanja. Zaradi radovednosti jih kljub vsemu namenjamo pozornost in jih spremljamo ter tako sodelujemo v *organiziranem klepetu* (Cooley, 2001/1909: 156).

Fenomen *organiziranega klepeta* lahko primerjamo s t. i. "mimobežnim preigravanjem" (*parallel play*). Pojem mimobežnega preigravanja je Putnam prenesel iz psihologije in označuje zgodnjo stopnjo otrokovega razvoja, ko se kljub prisotnosti ter bližini vrstnikov igra sam. Pojav razlaga na primeru televizije, ki prenaša dovolj pretresljive prizore, da se občinstvo v celoti poistoveti z danim stališčem do dogodka. Gibljive slike zbližajo heterogeno občinstvo in spodbujajo komuniciranje o skupni izkušnji. A čeprav so vezi, ki nastajajo ob takem skupnem izkustvu, psihološko izjemno močne, v glavnem ne vodijo k bolj organizirani družbeni akciji, saj je pozornost gledalcev mimobežna in usmerjena k zunanjemu stimulansu, torej posredovanemu dogodku. (2000: 243-244)

Pestra medijska klima ima gotovo velik vpliv na delovanje socialnega kapitala in družbene subjekte, vendar je zveza med oblikami socialnega kapitala in skupnostmi s tem premalo natančno pojasnjena. Zato bomo v nadaljevanju skušali postaviti povezavo med konceptoma kohezivnosti in socialnega kapitala. Dejavnike skupnostne kohezivnosti bomo zato definirali skozi funkcijo:

1. krepitve ali
2. premoščanja.

#### **IV.4 Dejavniki kohezivnosti in socialnega kapitala v slovenski blogosferi**

Zaradi dvodimenzionalne definicije skupnostne kohezivnosti, za katero sta značilni privlačnost skupnosti in podpora članstva, moramo definirati dva sklopa dejavnikov, na strukturni in individualni ravni skupnosti.

S prvimi, strukturnimi, bomo opisovali značilnosti skupnosti in komunikacijsko situacijo. Drugi, individualni, bodo prišli v poštev, ko se bomo spraševali o odnosih enega člana do skupnosti in tudi do ostalih članov. Govorimo torej o štirih ločenih razsežnostih skupnosti: značilnost skupnosti, komunikacijska situacija, odnos člana do skupnosti in do sočlanov.

Vsako raven posebej smo empirično raziskali z analizo vsebin slovenske blogosfere, tako da smo v končni fazi prišli do osmih indeksov. Na podlagi njihovih vrednosti bomo lahko razumeli, dejavniki katere od dveh razsežnosti skupnosti najboljše pojasnjujejo funkcijo krepitve in premoščanja.

V vzorcu je bilo 90 slovenskih blogov. Sestavili smo ga iz končne populacije blogov, objavljene v spisku slovenskih blogov Si.blogs. Izbirali smo med vsemi, ki so bili osveženi v zadnjem mesecu do 22. oktobra 2005. Prišli smo do števila 186 blogov in nato črtali vsak drugi naslov iz seznama tako da je v vzorcu ostala polovica blogov. Med analizo vsebin, ki je potekala konec novembra 2005, so bili trije blogi nedostopni, zaradi česar smo naknadno iz obdelave izločili še te.

Posnetek zaslona IV.4.1: Si.blogs, spisek slovenskih blogov<sup>15</sup>

Vir: <http://www.siblogs.com>, 3. 1. 2005

<sup>15</sup> Največji oglašni pasici izražata intenzivno dinamiko slovenske blogosfere – prva uvaja koncept nagrajevanja slovenskih blogov po kriterijih obiskanosti ipd., druga pa napoveduje srečanje blogarjev iz oči v oči.

Spodaj sta še seznama slovenskih blogov v domačem in ostalih jezikih. Levo se nahajajo skupine zanimivih povezav, ki z uporabo različnih kriterijev iskanja olajšajo navigacijo po spletnem mestu.

Ker bi bila popolna analiza vsebin vseh izbranih blogov časovno prezahtevna, smo se omejili le na zapise, objavljene v septembru 2005, na njihovo naslovno stran in stran z osebnimi podatki o avtorju, če je obstajala. S tem smo zajeli vse bistvene informacije in dovolj velik obseg vsebin, na podlagi katerih je mogoče sklepati o značilnostih vseh omenjenih štirih razsežnosti slovenske blogosfere.

Vsaka od razsežnosti je v nadaljevanju podrobneje predstavljena v posebnem razdelku, teoretično, z operacionalnimi indikatorji in rezultati merjenih spremenljivk, ki bodisi krepijo bodisi premoščajo socialne razlike v skupnosti slovenskih blogarjev.

#### **IV.4.1 Značilnost skupnosti**

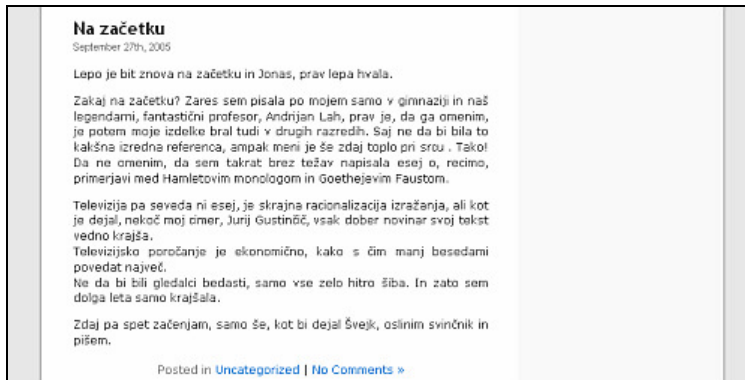
Začeli bomo na ravni strukture, torej pri formi oz. zunanjih dejavnikih, ki imajo gotovo določen vpliv in narekujejo okvir slehernega skupnostnega delovanja. Organizacijske in tehnične značilnosti so osrednje vprašanje, posebej kadar govorimo o blogosferi ali drugih skupnostih v kibernetskem prostoru, ki so v svojem bistvu odvisne od delovanja tehnološkega vmesnika. Ugotavljali bomo, ali v slovenski blogosferi vladajo demokratični oz. avtokratični odnosi, ali je v skupnosti zaznati avtoriteto, kako poteka iniciacija in kakšne so njene posledice ter ali ni slovenska blogosfera morda le razsežnost skupnosti, ki bloge izkorišča kot dodaten, računalniško posredovan komunikacijski kanal.

Začnimo z odnosi, ki so lahko posledica različne stopnje formalizacije in smeri organizacije. Avtokratični odnosi in obstoj takega vodstva običajno sprožajo napetosti, ki znižujejo kohezivnost. Ker opisujemo slovensko blogosfero, ki je vzniknila kot izvorno neformalna in pretežno interesna skupnost, o formalnih razmerjih med člani ni mogoče govoriti. Prav nasprotno, pričakujemo prijateljske odnose in skupinsko miselnost (*group-mindedness*), zaradi katere komuniciranje poteka v prijetnem ter prijaznem vzdušju. (White in Lippit v: Schachter, 1968: 545)

In tudi kadar gre za usmerjene poskuse vzpostavljanja tematskih ali strokovnih kolektivitet, katerih cilj je tolmačenje izbranega področja, med člani še vedno ni zaznati formalnih odnosov, morda le prisotnost neformalne avtoritete. Ponazorimo to z Rozino

(<http://www.rozina.si/>), t. i. medmrežnim zbirališčem oblikovalcev javnega mnenja. Gre za neke vrste spletni krožek publicistov in drugih znanih osebnosti. Njihov skupni imenovalec je slava, zaradi katere so bili povabljeni k zapisovanju blogov v Rozini. Kljub določeni organizaciji so zapisi in odnosi med avtorji sproščeni, hkrati pa izražajo neformalno avtoriteto pobudniku ter vodji skupne akcije.

**Slika IV.4.1.1: Izraz avtoritete vodji skupne akcije »Rozina«.**



Vir: Alenka Arko (<http://www.rozina.si/arko/>, 18. 12. 2005).

Iz primera posnetka zaslona razberemo avtoričino hvaležnost vodji in odgovornost do sprejete naloge, ki ju razumemo kot znaka priznavanja avtoritete.

Drugače kot avtoriteta, v blogosferi funkcionirata instrumenta nagrad in kazni. Prve v obliki pozitivnih sodb ali pohval jačajo zveze med člani, tudi tistimi, ki nagrade sploh niso deležni. Nagrajevanje torej veča kohezivnost, in sicer tako, da krepi skupnost. Kazni, ki so lahko npr. graje ali druge oblike negativnih sodb, šibijo odnose in razbijajo občutek povezanosti. Zato jih uvrščamo med negativne dejavnike skupnostne kohezivnosti. (Friedkin, 2004: 418)

Ne glede na prisotnost negativnih dejavnikov zahtevnost iniciacijskega postopka za sprejetje v skupnosti odraža vrednost participacije in posledično raven ekskluzivnosti skupnosti. (Schachter, 1968: 545) Ker je slovenska blogosfera razmeroma odprta in se vanjo lahko vključi praktično vsakdo, je torej iniciacijski postopek nezahteven<sup>16</sup> in skupnost v tem smislu ne deluje ekskluzivistično. Prej nasprotno. Nezahtevnost vstopa v blogosfero empirično odseva v velikem številu *muh enodnevnice* (Henning) oziroma

<sup>16</sup> Seveda ob predpostavki, da ima potencialni blogar nekaj izkušenj z internetom in pozna lastnosti ter delovanje blogov.

blogov, ki so zares delovali v slovenski blogosferi kratek čas po objavi, z enim ali dvema zapisoma, nato pa ugasnili.<sup>17</sup>

Pri opazovanju skupnosti v kibernetnem prostoru je pomembno razumeti tudi vpliv, ki ga ima povezanost članov prek različnih komunikacijskih kanalov. Predvsem nas zanima ali so člani slovenske blogosfere povezani v t. i. od-ust-do-ustni skupnosti oz. ali skupina obstoja tudi v okoliščinah neposredovanega komuniciranja. Povezanost članov prek več komunikacijskih kanalov ima namreč za posledico tudi krepkejši vezi. (Preece, 1999: 67-69)

Poglejmo, kako so se vnaprej izbrani indikatorji kohezivnosti, ki na prvi ravni "značilnosti skupnosti" odrezali v analizi vsebin slovenskih blogov. Premoščanje merimo s prisotnostjo povezave z metablogom in z zbliževanjem geografsko oddaljenih blogarjev, medtem ko so indikatorji krepitve izražanje pripadnosti skupnosti, izražanje pohval (nagrajevanje) ter obstoj skupnosti zunaj internetskega okolja.

**Tabela IV.4.1.1: Korelacijska matrika indikatorjev kohezivnosti na ravni značilnosti slovenske blogosfere**

	Povezava na metablog Si.blogs	Zbliževanje geografsko oddaljenih blogarjev	Izražena pripadnost določeni skupini	Izražanje pohval	Obstoj skupnosti zunaj RPK
Povezava na metablog Si.blogs	1				
Zbliževanje geografsko oddaljenih blogarjev	0,146	1			
Izražena pripadnost določeni skupini	0,009	0,240 *	1		
Izražanje pohval	0,039	0,226 *	0,191	1	
Obstoj skupnosti zunaj RPK	0,058	0,206	0,420 *	0,237 *	1

(Ne)prisotnost povezave na Si.blogs je indikator, ki posredno meri premoščanje, ali natančneje, meri odsotnost krepitve znotraj skupnosti. Neposredno smo tukaj merili geografsko premoščanje, torej zbliževanje geografsko ločenih blogarjev. Sicer pozitivna korelacija med indikatorjema (0,146) je razmeroma nizka in ni statistično značilna. Šibko korelacijo pojasnimo z manj ustreznim merskim inštrumentom, ki po eni strani meri odsotnost krepitve in po drugi premoščanje.

<sup>17</sup> Glej npr. Voljablok, kjer je izjemno veliko blogov, ki so bili zapuščenih takoj po objavi (<http://blog.volja.net/>).



Krepitev smo merili s tremi indikatorji, tako da smo opazovali izražanje pripadnosti določeni skupini – na podlagi objavljenih povezav, URL-naslova, grafične podobe in vsebine. Poleg tega nas je zanimalo izražanje pohval, ki so instrument nagrajevanja, in morebiten obstoj komuniciranja zunaj RPK.

Korelacije med indikatorji krepitve so močnejše, predvsem v primerih obstoja skupnosti zunaj RPK in izražanja pripadnosti določeni skupini (0,420\*) ter obstoja skupnosti zunaj RPK in izražanja pohval (0,237 \*).

Indikatorja pripadnosti določeni skupini in nagrajevanja šibko, a hkrati statistično značilno korelirata z drugim indikatorjem premoščanja – zblíževanje geografsko oddaljenih blogarjev, s čimer pa najbrž ni nič narobe, saj se indikatorji vsebinsko ne izključujejo.

Indikatorji premoščanja, kot bomo videli v nadaljevanju, veliko bolje kot značilnosti skupnosti pojasnjujejo, kakšna je komunikacijska situacija v blogosferi in katere socialne potrebe so med razlogi za združevanje.

#### **IV.4.2 Komunikacijska situacija**

Glede na opisane značilnosti skupnosti in tudi značajske poteze članov se formira specifična komunikacijska situacija, v kateri posamezniki prikrivajo ali izpostavljajo lastno individualnost ter se različno odzivajo na sporočila.

Predvsem negotovost, strah in pomanjkanje samozavesti so osebne lastnosti, ki stopnjujejo *deindividuacijske potrebe*, socialne potrebe po vpetosti v skupino, ki se izražajo kot potrebe po anonimnosti in neopaznosti oz. nerazločljivosti od skupine. (Schachter, 1968: 544-545) Deindividuacija poteka skozi proces identifikacije s skupino, zaradi katere se vedenje in odnosi članov vedno bolj nanašajo na tiste norme, ki se najbolj razlikujejo od norm nečlanov (*outsider* ali *outer*). (Norris, 2004: 32; Schachter, 1968: 544-545) Postopoma se oblikuje *skupinski prototip* (*in-group prototype*), ki ga negativne sodbe in *stereotipi* o nečlanih ali članih drugih skupnosti le še utrjujejo, s čimer se večata homogenost in ekskluzivnost skupnosti. (Friedkin, 2004: 420)

Skupnost se homogenizira tudi zaradi individualne *dovzetnosti za medosebni vpliv*. Saj večji kot je individualni interes članov za mnenja drugih, hitreje se mnenja prilagajajo in usklajujejo. (Friedkin, 2004: 415)

Vsi dejavniki skupnostne kohezivnosti na ravni komunikacijske situacije, ki smo jih našli doslej, delujejo ekskluzivno in zato krepijo vezi znotraj skupnosti. Na drugi strani obstajajo pretežno emotivni dejavniki, kot sta empatičnost in nudenje podpore, ki delujejo premoščujoče ter odpirajo skupnost navzven.

Za empatijo je značilno hkratno delovanje na kognitivni in emotivni ravni. Ustvarja sproščeno ozračje in celo *psihološko usklajuje* udeležence (*psychological synchrony*), kar ne nedvomno vzpodbuda za skupnostno delovanje. (Preece, 1999: 65-66)

**Tabela IV.4.2.1: Korelacijska matrika indikatorjev kohezivnosti na ravni komunikacijske situacije v slovenski blogosferi**

	Dopušča druga mnenja, ki so različna od njegovega.	Izraža podporo in nudi pomoč.	Spodbuja družabne odnose.	Spodbuja in vabi, k pisanju blogov.	Izraža empatijo do posameznikov v stiski.	Nagovarjanje k sprejemanju nekega mnenja.	Nagovarjanje k zavračanju nekega mnenja.	Izraža, da je del homogene skupnosti.
Dopušča druga mnenja, ki so različna od njegovega.	1							
Izraža podporo in nudi pomoč.	0,404 **	1						
Spodbuja družabne odnose.	0,173	0,187	1					
Spodbuja in vabi, k pisanju blogov.	0,129	0,260 *	0,289 **	1				
Izraža empatijo do posameznikov v stiski.	0,270 *	0,238 *	0,217 *	-0,070	1			
Nagovarjanje k sprejemanju nekega mnenja.	0,058	0,013	-0,100	-0,014	0,151	1		
Nagovarjanje k zavračanju nekega mnenja.	0,181	0,143	0,017	0,078	0,244 *	0,431 **	1	
Izraža, da je del homogene skupnosti.	0,166	0,385 **	0,553 **	0,285 **	0,077	-0,055	0,038	1

Vseh pet indikatorjev premoščanja na splošno dobro korelira, iz česar lahko sklepamo, da dejansko merijo isto razsežnost. Izjema je le šibka negativna zveza med spodbujanjem pisanja blogov in izražanjem empatije (0,070), ki pa ni statistično značilna.

Če pogledamo drugi, skromnejši, niz indikatorjev, ki merijo krepitev, ugotovimo, da tretji – izražanje pripadnosti homogeni skupnosti, praktično ne korelira z drugima dvema. Medtem ko je zveza med nagovarjanjem k sprejemanju in nagovarjanjem k zavračanju nekega mnenja močna in statistično značilna (0,431 \*\*).

Če smo v primeru značilnosti skupnosti boljše merili razsežnost krepitve, za komunikacijsko situacijo v slovenski blogosferi velja ravno obratno. Veliko bolj natančno in uspešno smo zbrali podatke o premoščujočih dejavnikih kohezivnosti.

S tem smo opisali strukturni vidik slovenske blogosfere. V zadnjih dveh razdelkih tega poglavja bomo raziskali še, kaj se dogaja s kohezivnostjo blogosfere na individualni ravni blogarskih vsebin. Najprej bomo prikazali, kakšni so odnosi blogarjev do skupnosti, in nato kakšne odnose gradijo do drugih članov blogosfere.

#### **IV.4.3 Odnos blogarjev do skupnosti**

Kadar opazujemo odnos članov do skupnosti, govorimo o njihovih zaznavah in predstavah o skupnosti, lojalnosti ter zaupanju. O lojalnosti je pisal že Talcott Parsons, ki jo je opredelil kot odnos navezanosti posameznika na kolektiviteto in se izraža se, na primer, prek pripravljenosti storiti kaj za kolektiviteto (1951: 77-78) ali občutku odgovornosti do nje.

Drug dejavnik kohezivnosti skupnosti, ki ga bomo opazovali na primeru slovenske blogosfere, so *individuacijske socialne potrebe*. Gre za vzgibe po ocenjevanju lastnih sposobnosti in dejanj ter željo po vidnosti in pozornosti, s katerimi člani kot posamezniki dosegaajo redukcijo negotovosti ter strahu. A čeprav gre za individualne potrebe, ki jih posamezniki zadovoljujejo s skorajda instrumentalnim komuniciranjem, individuacijske potrebe običajno ne razdirajo skupnosti, ampak ji prinašajo kvečjemu bolj heterogeno članstvo. (Schachter, 1968: 544-545)

Najbolj neposredno bomo odnos člana do skupnosti merili s spremljanjem namer glede lastnega članstva. Pozitiven odnos oz. namen vztrajanja in sodelovanja v skupnostnih aktivnostih v prihodnosti je indikator visoke stopnje kohezivnosti. Medtem ko izražanje interesa po odstopu in prenehanju sodelovanja zagotovo znižuje kohezivnost. (Friedkin, 2004: 421-422)

**Tabela IV.4.3.1: Korelacijska matrika indikatorjev kohezivnosti skupnosti na individualni ravni odnosa do skupnosti**

	Pozitivna pričakovanja o razvoju skupnosti	Privlačnost aktivnosti	Predstavljanje svojega mnenja drugim	Navajanje drugih virov	Nanašanje na izkušnje iz drugih virov	Namen pisanja bloga v prihodnje	Zaimek MI	Ekskluzivnost	Dovzetnost	Skupinski prototip	Stereotip
Pozitivna pričakovanja o razvoju skupnosti	1										
Privlačnost aktivnosti	0,267 *	1									
Predstavljanje svojega mnenja drugim	-0,021	0,1	1								
Navajanje drugih virov	0,100	0,038	0,349 **	1							
Nanašanje na izkušnje iz drugih virov	-0,064	0,071	0,379 **	0,415 **	1						
Namen pisanja bloga v prihodnje	0,281 **	0,034	0,076	0,100	0,057	1					
Zaimek MI	0,069	0,183	0,113	0,069	0,203	0,007	1				
Ekskluzivnost	0,325 **	-0,076	-0,021	0,175	0,224 *	0,100	0,069	1			
Dovzetnost	0,069	-0,052	-0,141	0,171	0,203	0,255 *	0,153	0,069	1		
Skupinski prototip	0,354 **	0,108	0,155	0,236 *	0,053	0,312 **	0,081	0,236 *	0,243 *	1	
Stereotip	0,000	-0,024	0,178	0,051	0,202	0,560	-0,053	0,154	0,053	0,267 *	1

Izdelali smo enajst indikatorjev skupnostne kohezivnosti na ravni odnosa blogarja do skupnosti. Prvih šest jih meri razsežnost premoščanja in zadnjih pet razsežnost krepitev. Zaradi vsebinske neustreznosti smo iz obeh nizov naknadno izločili po dva indikatorja, tako da jih je skupaj ostalo sedem, štirje za merjenje premoščanje in trije za krepitev.

Izražanje pozitivnih pričakovanj o razvoju skupnosti korelira pozitivno z namenom pisanja bloga tudi v prihodnje (0,281 \*), s privlačnostjo aktivnosti (0,267 \*) in z navajanjem drugih virov (0,100). Privlačnost aktivnosti ima z vsemi ostalimi indikatorji šibke pozitivne zveze, razen z že omenjenimi pozitivnimi pričakovanji o prihodnosti skupnosti. Najmočnejša pozitivna zveza med navajanjem iz drugih virov in nanašanjem na lastne izkušnje je vsebinsko ustrezna. Isto velja tudi za zvezo s predstavljanjem mnenj drugim.

Kot najboljši v nizu indikatorjev notranje krepitev so se izkazali ekskluzivnost – zavest o obstoju posebne skupnosti, dovzetnost za medosebni vpliv in izražanje skupinskega prototipa. Predvsem slednji dobro korelira z zavestjo o obstoju posebne skupnosti (0,236 \*) in dovzetnostjo za medosebni vpliv (0,243 \*).

Preden se lotimo ocenjevanja, kateri dejavniki kohezivnosti skupnosti - gledano v celoti in po posameznih razsežnostih – najbolj kažejo bodisi na funkcijo krepitev bodisi premoščanja v slovenski blogosferi, moramo preveriti še lastnosti razmerij med blogarji oz. odnosov posameznega blogarja do preostalih članov.

#### **IV.4.4 Odnos blogarjev do sočlanov**

Jakost ali intenzivnost odnosov lahko v skupnosti merimo s preštevanjem komunikacijskih kanalov, prek katerih se skupnost vzpostavlja in ohranja. Kadar so vezi med člani podprte na več načinov, govorimo o t. i. *multipleksnosti*. (Friedkin, 2004: 417) V blogosferi bomo torej, poleg že omenjenega komuniciranja *iz oči v oči*, pozorni še na kanale kot so klepetalnice, spletni forumi, elektronska pošta, spletna telefonija itd.

Friedkin opozarja na še en, soroden, indikator, ki kaže na obseg povezanosti članov. Gre pa za dejavnik gostote povezanosti (*density*), ki je odvisna od števila vzajemnih vezi oz. *diad* med člani. (2004: 417)

Dejavnika kooperativnosti in kompetitivnosti sta vsebinsko sicer močno povezana tudi z dejavniki značilnosti skupnosti na strukturni ravni, a ju je primerneje obravnavati med individualnimi dejavniki kohezivnosti, ki delujejo v odnosu do drugih članov.

Kooperativnost pri doseganju skupnih ciljev, ki jo bomo merili s pripravljenostjo na sodelovanje in pobudami za skupno akcijo, zvišuje kohezivnost, medtem ko jo kompetitivnost znižuje, zaradi česar jo uvrščamo med njene negativne dejavnike. (Schachter, 1968: 545)

**Tabela IV.4.4.1: Korelacijska matrika indikatorjev kohezivnosti skupnosti na ravni odnosa do sočlanov v slovenski blogosferi**

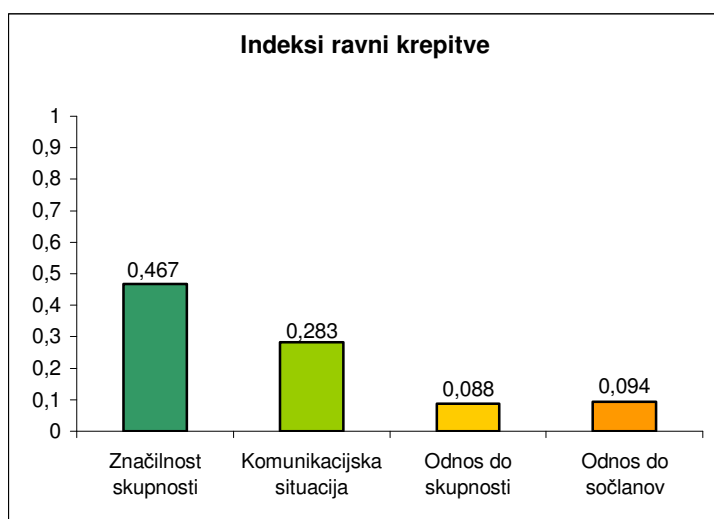
	Pripravljenost pomagati drugemu	Pripravljenost sodelovati v skupnih aktivnostih	Sogovornike nagovarja s pozitivnim, prijateljskim tonom	Pozitivno mnenje o drugih ljudeh	Posredovanje informacij o dogodkih	Multipleksnost	Gostota	Lojalnost	Privlačnost skupnosti in veselje sodelovati	Zadovoljstvo
Pripravljenost pomagati drugemu	1									
pripravljenost sodelovati v skupnih aktivnostih	0,380 **	1								
Sogovornike nagovarja s pozitivnim, prijateljskim tonom	0,197	0,576 **	1							
Pozitivno mnenje o drugih ljudeh	0,289 **	0,286 **	0,413 **	1						
Posredovanje informacij o dogodkih	0,029	0,152	0,340 **	-0,065	1					
Multipleksnost	0,103	0,267 *	0,355 **	0,285 **	0,114	1				
Gostota	0,297 **	0,147	0,220 *	0,368 **	-0,099	0,184	1			
Lojalnost	0,263 *	0,071	-0,024	0,152	0,030	0,089	0,063	1		
Privlačnost skupnosti in veselje sodelovati	0,069	0,178	0,351 **	0,114	0,114	-0,074	0,079	0,059	1	
Zadovoljstvo	0,095	0,209 *	0,240 *	-0,009	0,009	0,039	0,012	0,230 *	0,416 **	1

Večinoma so med indikatorji premoščanja precej močne in statistično značilne korelacije. Izpadel je le "posredovanje informacij o drugih dogodkih", ki tudi vsebinsko ne ustreza najbolje. Najmočnejše so zveze med pripravljenostjo sodelovanja v skupnih aktivnosti in pozitivnim nagovarjanjem (0,576 \*), izražanjem pozitivnih mnenj o drugih in pozitivnim nagovarjanjem (0,413 \*) ter pripravljenostjo pomagati drugemu in pripravljenostjo sodelovati v skupnih aktivnostih (0,380 \*).

Slabše so se obnesli indikatorji krepitev, od katerih smo izločili kar tri: multipleksnost in gostoto vezi ter lojalnost do sočlanov. Ostala sta torej le dva indikatorja - veselje do sodelovanja v obstoječih okoliščinah in zadovoljstvo z blogosfero, takšna kot je. Pozitivna zveza med njima je razmeroma močna in statistično značilna (0,416 \*).

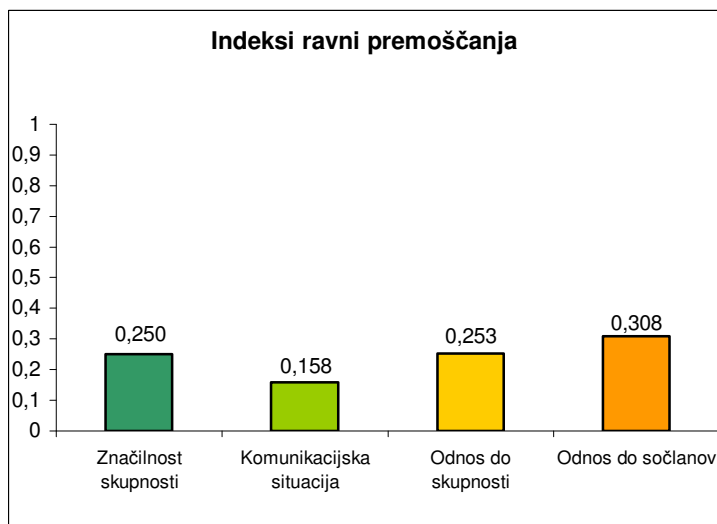
Zdaj, ko smo pregledali, kako se na posamezni razsežnosti skupnosti kaže kohezivnost, ki ali premošča ali pa krepi socialne razlike v slovenski blogosferi, bomo skonstruirali posamezne indekse premoščanja in krepitev na vseh omenjenih ravneh. Z njimi bomo primerjali učinke, ki jih imajo dejavniki kohezivnosti na razsežnosti blogarske skupnosti.

**Graf IV.4.4.1: Vrednost posameznih indeksov na ravni krepite slovenske blogosfere**



Izkazalo se je, da strukturni dejavniki kohezivnosti prispevajo h krepitevi socialnih razlik v slovenski blogosferi, saj sta vrednosti na ravni značilnosti skupnosti in komunikacijske situacije tri- do petkrat močnejši od indeksov krepite na individualni ravni.

**Graf IV.4.4.2: Vrednost posameznih indeksov na ravni premoščanja slovenske blogosfere**



Ravno obratna je situacija pri indeksih premoščanja. Izrazitejše je premoščanje na individualni ravni, torej v odnosu člana do skupnosti in sočlanov. Po drugi strani razlika med indeksi premoščanja ni tako izrazita, kot je bila v primeru krepite, saj očitno strukturni dejavniki kohezivnosti, le malo slabše kot individualni, premoščajo socialne razlike v slovenski blogosferi.

Kaj pa natančno vpliva na premoščanje in krepitev slovenske blogosfere, nam bodo odgovorili rezultati drugega dela pričujoče empirične študije: gre za spletno anketo, ki smo jo izvedli med slovenskimi blogarji. Preden pa se lotimo analize rezultatov ankete, bomo predstavili izhodišča, raziskovalna vprašanja in hipoteze, ki so nas vodili pri zbiranju podatkov.



## V SLOVENSKI BLOGARJI

En vidik raziskovanja blogosfere je bila analiza vsebin, s katero smo od zunaj opazovali, kaj se dogaja na ravni blogov. Za boljše razumevanje, kaj blog v komunikološkem smislu sploh je, in kakšna je blogosfera "od znotraj", pa je treba raziskati tudi, kaj se dogaja v "glavah" blogarjev.

Zato smo se lotili še izvedbe ankete in ob podpori podatkov, zbranih v obeh delih raziskave, skušali izdelati čimbolj natančno sliko slovenske blogosfere.

### V.1 Kateri dejavniki kohezivnosti krepijo in kateri premoščajo odnose med blogarji

Ker je eden od temeljnih ciljev naše raziskave izdelati tudi modela, s katerima bomo pojasnili odnose med dejavniki skupnostne kohezivnosti in dveh razsežnosti socialnega kapitala, moramo natančneje opredeliti, kateri sploh so tisti dejavniki, ki določajo krepitev ali premoščanje odnosov v blogarski skupnosti.

Krepitev velja za ekskluzivistično značilnost nekega komunikacijskega okolja, ki predpostavlja visoko stopnjo interne povezanosti članov, njihove navezanosti na skupnost, sinhronijo percepcij in odnosov ter medsebojno zaupanje do okolja in sočlanov. Preeceova nam ob tem, ko izpostavlja empatijo v vlogi premoščevalca nekaterih socialnih razlik (1999: 65-66), govori tudi o zaupanju v skupnost, na katerem temelji vez med člani v računalniško posredovani terapevtski skupnosti, ki jo raziskuje v članku. Zaupanje je zanjo trdna oblika združevanja, zaradi katere so vezi med člani skupnosti v kibernetnem prostoru močnejše. (1999: 63-77). Tako bomo oblikovali tudi našo prvo domnevo, da med vsemi dejavniki **ravno zaupanje najmočnejše pozitivno vpliva na notranjo krepitev slovenske blogosfere.**

Zdaj premislimo še o premoščanju, ki je – nasprotno od krepitve, inkluzivna razsežnost socialnega kapitala in v skupnost združuje tudi potencialne člane, ne glede na njihove socialne razlike. Pričakovali bi, da se bo odgovor za premostljivo značilnost odnosov in

lastnosti blogosfere skrival v navdušenju članov nad pisanjem blogov in sodelovanjem v skupnosti. Gre namreč za način percepcije, kaj se v skupnosti sploh dogaja, zato postavljamo domnevo, da **pripadnost v percepciji skupnostnega delovanja najmočneje pozitivno vpliva na premoščanje slovenske blogosfere.**

Preden izdelamo napovedana regresijska modela in končno pojasnimo, kaj se dogaja med slovenskimi blogarji, bomo opisali postopek zbiranja podatkov in izmerjene osnovne značilnosti slovenskih blogarjev.

## **V.2 Zbiranje podatkov in opis vzorca anketiranih**

Podatki za raziskavo so bili zbrani s pomočjo spletnega anketiranja, ki je potekala med 14. in 25. novembrom 2005. Anketa je gostovala na strežniku Fakultete za družbene vede, in sicer na naslovu: <http://anketa.fdvinfo.net/index.php?sid=79>.

Udeležence smo k sodelovanju povabili prek hipertekstualnih povezav, obvestil in spletnih pasic (*bannerjev*) na spletnih mestih: [www.siblogs.com](http://www.siblogs.com), [slo-tech.com](http://slo-tech.com), [www.php-si.com](http://www.php-si.com) in ostalih. Natančnega seznama naslovov, od koder je bila anketa dostopna ne moremo navesti, saj je ob objavi prišlo do neformalne akcije, v kateri se je nekaj blogarjev zavzelo in podatke posredovalo svojim znancem, itn.<sup>18</sup>

Namen ankete je bilo zbiranje podatkov o slovenski blogosferi, zaradi česar je anketa naslavljala izključno slovensko govoreče avtorje blogov, ki so odgovarjali na 35 vprašanj v 14 vsebinskih sklopih, za katere so potrebovali približno 10 minut.

Pet najzahtevnejših sklopov, ki so osrednjega pomena za izvedbo raziskave, smo umestili na sredino in v drugo polovico vprašalnika. Sledila so jim le še preprosta vprašanja o tehnologijah in demografskih podatkih, s čimer smo veliko večino anketiranih uspešno pripeljali do cilja.

---

<sup>18</sup> Naleteli smo na presenetljivo dober odziv, ki je po vsej verjetnosti posledica dejstva, da podobne raziskave na področju slovenske blogosfere še ni bilo. Za to se moram kot avtorica zahvaliti predvsem Davidu Vidmarju, avtorju in uredniku spletnega mesta *Si.blogs: Spisek slovenskih blogov* (<http://www.siblogs.com>), ki se je prijazno odzval moji prošnji in se izjemno izkazal ter spodbudil številne slovenske blogarje, da so se lotili ankete.

Na anketo se je namreč v enajstih dneh odzvalo 109 avtorjev, med katerimi jih je anketo v celoti izpolnilo in poslalo podatke 108 (99,1 %). Med izpolnjevanjem vprašalnika je obupal en anketiranec. Še dva sta odgovarjala razmeroma površno, če sodimo po precejšnjem deležu manjkajočih odgovorov, a smo rezultate kljub vsemu vključili v vzorec, saj so v obeh primerih obsegali več kot polovico odgovorov.

Predvidevamo, da se je večina respondentov odločila za sodelovanje v anketi na podlagi neposrednih, prijaznih, obvestil in utemeljitev, ki so govorili o zanimivosti ter kakovosti ankete.<sup>19</sup>

V vzorcu je bilo 69 % moških in 31 % žensk, ena oseba nam ni zaupala svojega spola. 37 % anketiranih je bilo starih med 25 in 29 let, 33 % med 20 in 24 let, dobrih 15 % od 30 do 34 let, 13 % 15 do 19 let ter slabih 5 % 35 let ali več.

Slabih 59 % respondentov je zaključilo srednje šolanje, nižje, poklicne, strokovne ali splošne smeri - gimnazija, od katerih je večina končala prav slednjo (43,4 %). Presek (*crosstabs*) dosežene stopnje izobrazbe s statusom je pokazal, da je približno 40 % anketirancev študentov, večinoma dodiplomskih.

### **V.3 Demografija blogarja**

Če demografske podatke primerjamo s podatki o uporabnikih interneta, ki so bili zbrani v raziskavi Raba interneta v Sloveniji (RIS, december 2004), potem lahko rečemo, da je med blogarji relativno manj žensk (31,0 %), kot jih je v splošni slovenski populaciji uporabnikov interneta (46,0 %).

Starost slovenskih uporabnikov interneta je bila v letu 2004 enakomerneje porazdeljena kot starost blogarjev leta 2005. Kar dve tretjini blogarjev (66,7 %) šteje 20-29 let, medtem ko je po podatkih RIS 2004 v tej starostni kategoriji slabih 27 % uporabnikov interneta. 19 % blogarjev je starih 30-49 let, v omenjeni razred pa sodi dvakrat več Slovencev, ki uporabljajo internet (39 %). Med najmlajšimi, do 19 let, je dobrih 13 %

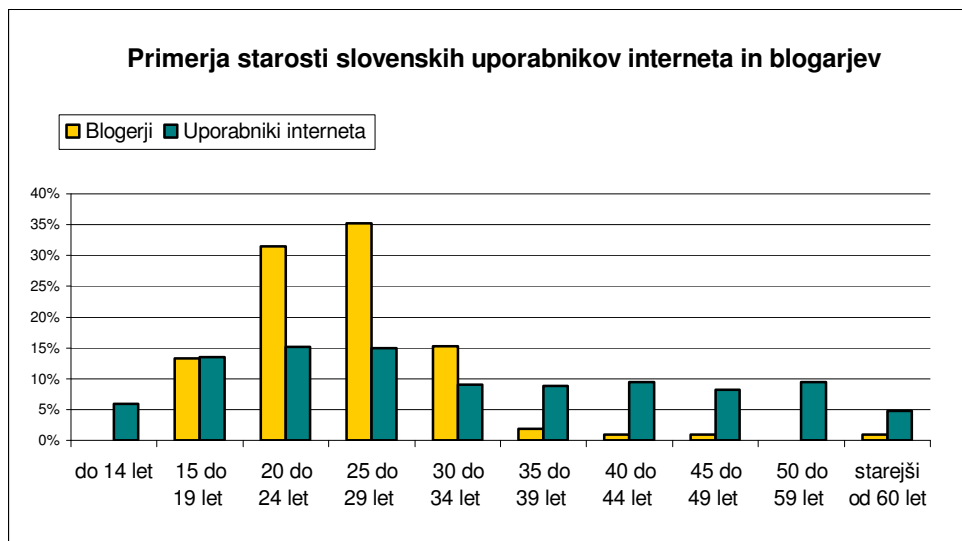
---

<sup>19</sup> Primeri neformalnih obvestil so zapisi in bližnjice do ankete na spletnih mestih: Ljudmilin informator (<http://info.ljudmila.org/article.php?story=2005111421561226#comments>, 28. 11. 2005), The L Files (<http://cookie.neonatus.net/?p=1135>, 15. 11. 2005) in Blogorama (<http://www.grega.org/arhiv/november2005.html>, 25. 11. 2005).

blogarjev oz., ponovno več, 23 % uporabnikov interneta. Med najstarejšimi, od 49 let, je le en blogar (0,95 %), star 62 let, in, na drugi strani, je 50 ali več let starih 10,5 % slovenskih uporabnikov interneta.

Starost slovenskih blogarjev lahko natančneje primerjamo tudi z novejšimi podatki o slovenskih uporabnikih interneta (Vir: Iprom, 2005).

**Graf V.3.1: Primerjava starosti slovenskih uporabnikov interneta in blogarjev**



Vir podatkov o starosti slovenskih uporabnikov interneta: Iprom, 2005.

Vir podatkov o starosti blogarjev: Kohezivnost slovenske blogosfere 2005 (Ošljak, 2005).

Slovenski blogarji so že na prvi pogled v povprečju mlajši v primerjavi z drugo skupino uporabnikov interneta. Med anketiranimi blogarji ni bilo mlajšega od 15 let. Med 15 in 19 letom starosti jih je bilo dobrih 13 % in med uporabniki interneta, podobno, slabih 14 %. Do večjih odstopanj prihaja v vseh ostalih razredih. 20-24 let šteje 31,4 % blogarjev in polovico manj (15,2 %) uporabnikov interneta. V razredu 25-29 let so razlike še večje, in sicer zajema 35, 2 % blogarske in le 15 % splošne internetna populacije. S starostjo 30-34 let se pričnejo razlike manjšati, saj sem spada dobrih 15 % blogarjev in 9 % vseh uporabnikov interneta. V kategoriji 35-39 let se situacija obrne v korist uporabnikov interneta (8,8 %), ko manj kot 2 %. Podobno razmerje med anketiranima skupinama vlada v vseh višjih starostnih razredih.

Še na večja odstopanja naletimo, če rezultate primerjamo z raziskavo ameriške blogosfere The State of Blogging (Vir: Pew Internet & American Life Project, januar

2005), ki zaključuje, da je v ZDA 48 % blogarjev mlajših od 30 let (po rezultatih naše raziskave jih je toliko starih več kot 80 %). Očitno višji je tudi delež žensk v analiziranem vzorcu ameriške populacije, in sicer 43 % v primerjavi s slovenskimi blogarkami, ki jih je 31 %.

58,5 % anketiranih slovenskih blogarjev ima dokončano srednjo šolo (2,8 % nižjo ali poklicno, 12,3 % strokovno in 43,4 % splošno – torej gimnazijo). 32 % jih je zaključilo višje- ali visokošolsko izobraževanje (4,7 % višjo, slab odstotek visoko šolo in 26,4 % fakulteto). 5,7 % blogarjev je opravilo osnovno izobraževanje, še manj, 3,8 % pa je doseglo podiplomsko raven (specializacija, magisterij ali doktorat). Delež slovenskih blogarjev z do- in podiplomsko izobrazbo je tako blizu odstotku bolje izobraženih ameriških, ki je januarja 2005 znašal 39 %.

Zbiranje podatkov o statusu nas je pripeljalo do ugotovitve, da se skoraj 47 % slovenskih blogarjev izobražuje; presek z doseženo stopnjo izobrazbe pa kaže, da jih je dobrih 40 % študentov, večinoma dodiplomskih, in 6-7 % dijakov<sup>20</sup>. Dobra tretjina (34,6 %) jih je odgovorila, da so zaposleni, 9,3 % je samozaposlenih, 5,6 % brezposelnih, en pomagajoč družinski član (0,9 %) in 2,8 % takih, ki se niso mogli uvrstiti v nobeno od naštetih kategorij.

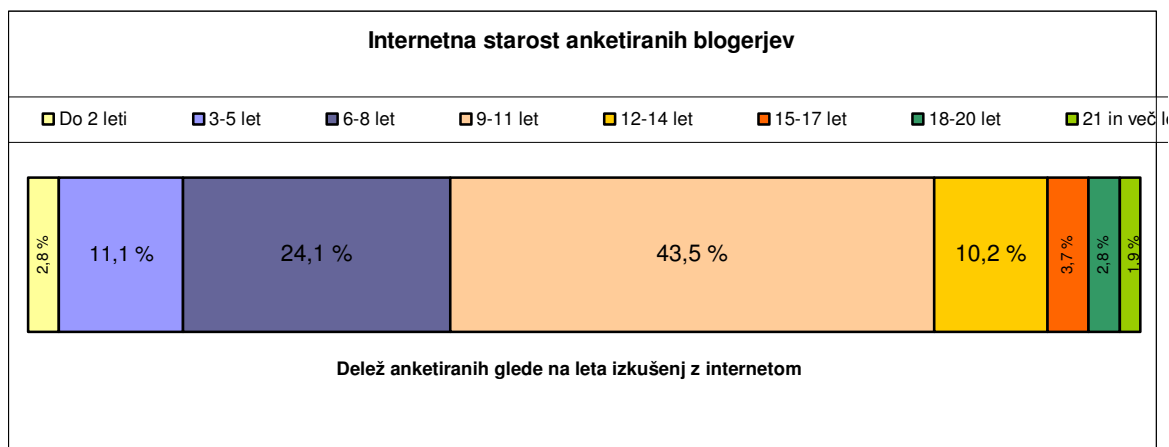
## V.4 Internetni veterani

86 % slovenskih blogarjev spada med *internetne veterane*, kot so v raziskavi ameriške blogosfere v okviru Pew Internet označili 82 % ameriških respondentov, ki so nove IKT uporabljali šest ali več let.

---

<sup>20</sup> Zaradi narave instrumenta v primeru dijakov in študentov na moremo natančno izračunati, koliko jih je. Gre namreč za to, da je po končani srednji poklicni šoli npr. možno nadaljevati izobraževanje na srednji strokovni šoli ali gimnaziji oz. vpisati študij na višji šoli.

**Graf V.4.1: Internetna starost anketirancev: delež anketiranih glede na leta izkušenj z internetom**



Med blogarji, anketiranimi v okviru naše raziskave, je sicer največ (43,5 %) takih, ki internet uporabljajo 9-11 let, 42,1 % ga uporablja 6-8 let, 11,1 % jih internet uporablja 3-5 let in skoraj toliko (10,2 %) 12-14 let. Ostali razredi obsegajo precej manjše deleže: 15-17 let uporablja internet 3,7 % vprašanih, po 2,8 % jih je v razredih "do 2 leti" in 18-20 let, najmanjši odstotek pa ima izkušnje z IKT 21 let ali več.

Povprečni slovenski blogar naj bi torej internet uporabljal dobrih 9 let ( $\mu = 9,3$ ;  $\sigma = 3,77$ ), kar kaže, da so blogarji verjetno izkušeni, naprednejši in zahtevnejši uporabnika svetovnega spleta oz. interneta. To lahko razberemo tudi iz tehničnih lastnosti in zmogljivosti povezav, prek katerih urejajo bloge.

Do interneta običajno dostopajo s širokopasovnimi povezavami. 66,7 % jih uporablja ADSL oz. drugo DSL-povezavo. Na drugem mestu je kabelsko omrežje, ki ga uporablja 38,0 % blogarjev. Sledijo WAP/GPRS in ostale ozkopasovne mobilne povezave s 18,5 %, širokopasovna mobilna povezava UMTS z 8,3 %, navaden klicni dostop (6,5 %) in ISDN (4,6 %). Kar 16,7 % blogarjev uporablja še druge vrste povezav, ki jih v vprašalniku nismo posebej naštevili.<sup>21</sup>

Ob primerjavi deležev z odgovori anketiranih v Anketi o uporabi IKT 2005 opazimo, da blogarji v veliko večji meri uporabljajo zmogljivejše širokopasovne povezave. Kar

<sup>21</sup> Anketirani so pri vprašanjih o tipu povezave, s katerim najpogosteje vzpostavljajo internetno povezavo, imeli našteve vrste in pri vsaki tri možne odgovore: da/ne/ne vem. Večkrat so lahko izbrali odgovor "da", če so ocenili, da enako uporabljajo različne povezave, zaradi česar je seštevek deležev pri pozitivnih odgovorih več kot sto odstotkov. (Vprašanja in odgovore smo zaradi možnosti primerjave rezultatov povzeli po vprašalniku Uporaba IKT 2005, RIS in SURS.)

50,9 % od 695 posameznikov, ki jim je bilo zastavljeno vprašanje o vrsti povezave v okviru omenjene raziskave, je uporabljalo navaden klicni dostop. 24,6 % jih je uporabljalo ADSL in ISDN – enaka deleža sta posledica dejstva, da je bila aprila 2005, ko je potekala Anketa o uporabi IKT, na slovenskem trgu vzpostavitev povezave ADSL možna le prek linije ISDN.<sup>22</sup> Kabelsko povezavo z internetom je uporabljalo 13,1 % vprašanih.

Visoki deleži širokopasovnih dostopov do internetnega omrežja izražajo tudi visoke zahteve slovenskih blogarjev po hitrih prenosih podatkov. 38,0 % se z internetom povezuje pri hitrosti nad 1 do 2 Mbit/s, 34,3 % jih uporablja internet višjih hitrostih od 2 Mbit/s, 32,4 % nad pol do enega Mbit/s, 13,9 % 257-512 kbit/s, 8,3 % 56 kbit/s in 7,4 % 57-256 kbit/s.<sup>23</sup>

## V.5 Blogarji v forumih, klepetalnicah in računalniških igrah

Slovenski blogarji redno, dnevno in tedensko, poleg blogov drugih avtorjev obiskujejo in tudi sodelujejo v spletnih forumih. Manj in redkeje so aktivni pri igranju interaktivnih računalniških iger in v klepetalnicah.

"Običajni" uporabniki interneta (po podatkih iz Ankete o uporabi IKT 2005, ki sta jo izvedla RIS in SURS) v zelo majhni meri obiskujejo in poznajo spletne skupnosti. Ta niz vprašanj je od skupno 1460 zadeval le 598 anketirancev, takih ki so internet uporabljali v zadnjem mesecu.

Polovica ali več jih še nikoli ni obiskala ali slišala za klepetalnice, forume, spletne dnevnik, interaktivne igre ali katerekoli druge *on-line* skupnosti. Med tistimi, ki so spletne skupnosti že obiskali, se jih vanje občasno – redkeje kot enkrat na mesec – vrača: 33,9 % v klepetalnice, 33,0 % v forume, 21,3 % v bloge, 17,2 % k interaktivnim igram in 14 % v druge skupnosti.

---

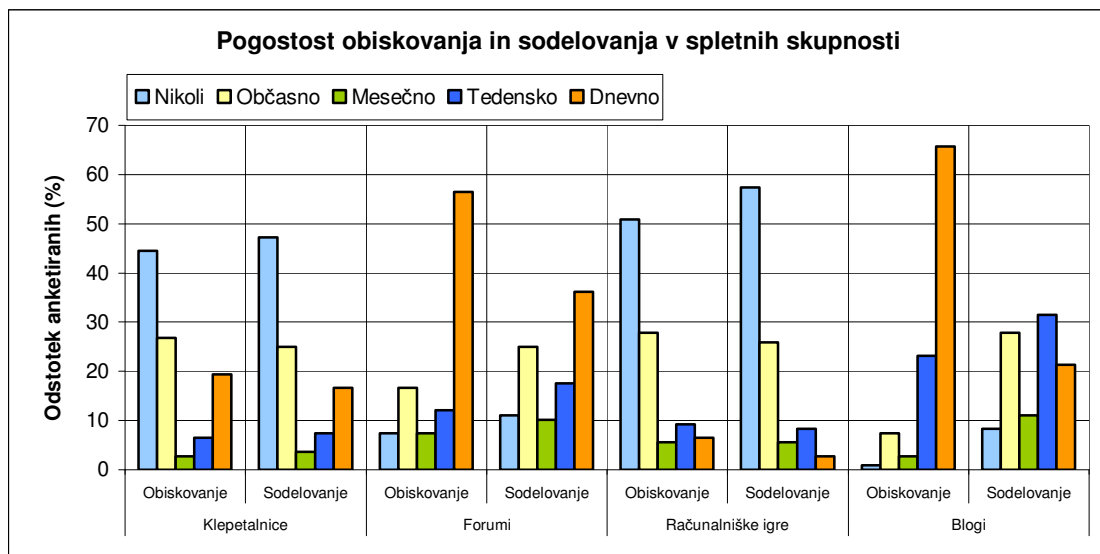
<sup>22</sup> Telekom Slovenije je razvezo tehnologij ADSL in ISDN omogočil šele 5. septembra 2005. Vir: Spletni portal 24 ur ([http://24ur.com/bin/article.php?article\\_id=3060472](http://24ur.com/bin/article.php?article_id=3060472), 8. 12. 2005).

<sup>23</sup> Podobno, kot smo storili pri vrstah povezav, smo tudi pri hitrostih vprašanih dali možnost izbire več odgovorov, zaradi česar vsota deležev pozitivnih odgovorov presega sto odstotkov.

Od naštetih spletnih skupnosti so za "običajne" uporabnike interneta najmanj zanimive interaktivne računalniške igre, saj jih mesečno, tedensko ali dnevno skupaj obiskuje le 5,5 %. Prav tako med njimi ni posebnega zanimanja za bloge, glede na to da jih mesečno ali pogosteje prebira skupaj 6,5 %. Glede na splošno popularnost spletnih forumov in klepetalnic ne preseneča, da jih tudi anketirani v okviru Ankete o uporabi IKT 2005 obiskujejo relativno bolj pogosto. Mesečno, tedensko ali dnevno jih klepetalnice obišče 17,7 % in forume 17,0 %. (Vir: Anketa o uporabi IKT 2005, RIS in SURS)

Zdaj, ko vemo kakšno je vedenje slovenskih uporabnikov interneta v spletnih skupnostih in kako pogosto jih obiščejo, bomo podatke primerjali z blogarji, ki jih je zajela naša anketa.

**Graf V.5.1: Pogostost obiskovanja in sodelovanja slovenskih blogarjev v spletnih skupnostih**



Za večino blogarjev so interaktivne računalniške igre še najmanj zanimive od vseh naštetih skupnosti. Kar 50,9 % blogarjev nikoli ne obišče spletnih mest za igranje interaktivnih iger in 57,4 % jih tam nikoli ne sodeluje. Interaktivne spletne igre jih občasno obišče 27,8 % in nekaj manj (25,9 %) se jih tudi udeležuje. Delež posameznikov, ki se mesečno odločijo za obisk ali sodelovanje je 5,6 %. Tedensko tovrstne strani pregleduje 9,3 % blogarjev, dnevno pa 6,5 %. Vsak teden jih obiskuje 8,3 %, medtem ko sodeluje 2,8 %.



Polovica anketiranih blogarjev obiskuje (45,5 %) in sodeluje (42,8 %) v klepetalnicah, kamor večinoma zahajajo mesečno (2,8 %) ali redkeje (26,9 %). Tistih, ki se v klepetalnicah znajdejo pogosteje, tedensko (6,5 %) ali vsak dan (19,4 %), je skupaj dobra četrtnina. In le malo manj je takih, ki prav tako dnevno (16,7 %) ali tedensko (7,4 %) v klepetalnicah aktivno sodelujejo.

Veliko bolj kot klepetalnice in računalniške igre so za slovenske blogarje privlačni spletni forumi, saj so med njimi le redki, ki jih nikoli ne obiščejo (7,4 %) ali sodelujejo (11,1 %) npr. z lastno izjavo. Občasno jih v forume pokuka 16,7 %, mesečno 7,4 %, tedensko 12,0 %, vsak dan pa kar 56,0 %. V forumih je dnevno aktivnih 36,1 % blogarjev, tedensko 17,6 %, mesečno 10,2 % in redkeje 25,0 %.

Še intenzivneje, kot bomo predstavili v naslednjem sklopu, se blogarji zadržujejo in sodelujejo v blogih drugih avtorjev.

## V.6 Izkušnje z blogi

Velika večina anketiranih je za bloge prvič slišala pred dvema ali tremi leti: 32,4 % anketiranih je zanje prvič slišalo leta 2004 in skoraj toliko, 29,5 %, jih je zanje slišalo leto prej. Z 11,4 % sledijo tisti, ki so se s pojmom *weblog* ali *blog* prvič srečali v 2005 (do 25. novembra, ko smo zaključili z anketiranjem). Od leta 2002 nazaj pa odstotek posameznikov, ki so v določenem letu spoznali pojem, ponovno pada: 2002 (9,5 %), 2001 (8,5 %) in 2000 (5,7 %). Izjema sta leti 1999, ko je za bloge prvič slišal le en anketiranec (0,95 %), in 1998, ko sta se s pojmom srečala dva (1,9 %). Tako izračunamo, da so se slovenski blogarji v povprečju s tem pojmom seznanili pred dvema letoma ( $\mu = 2,0$ ;  $\sigma = 1,54$ ).

Za bloge so večinoma izvedeli sami, med brskanjem po spletu (71 %), kar posredno kaže tudi na to, da je internet zanje vir informacij in način preživljanja prostega časa. Četrtnino (20,6 %) so nanje opozorili prijatelji ali znanci. Ostali so o blogih brali ali slišali v množičnih medijih (6,5 %) oz. so zanje izvedeli v šoli ali službi (1,9 %).

Na obstoj slovenske blogosfere opozarja dejstvo, da 93,5 % blogarjev obiskuje bloge drugih avtorjev in kar 66 % jih to počne dnevno, 23 % vsak teden, 10 % pa mesečno ali

redkeje. Na drugi strani imamo le enega anketiranca (0,9 %), ki nikoli ne obiše drugih blogov.

Več kot polovica (57,4 %) anketiranih redno obiskuje od 1 do 10 blogov, 17,5 % od 11 do 20, 4,6 % od 21 do 30, 8,3 % od 31 do 100 in 5,6 % kar med 101 in 250 blogov. 6,5 % je izjavilo, da redno ne obiskujejo nobenega drugega bloga.

Le nekoliko manj blogarjev, ki obiskujejo bloge drugih, pa v njih tudi aktivno sodeluje s komentarji – med anketiranimi jih je takšnih kar 92 %. Največ blogarjev, 31,5 %, posreduje komentarje k zapisom drugih avtorjev enkrat tedensko, 27,8 % jih to počne občasno, torej redkeje kot enkrat mesečno, ko jih komentarje posreduje 11,1 %, medtem ko je vsak dan aktivnih 21,3 %.

76,6 % blogarjev, ki so sodelovali v anketi, ureja in objavlja zapise v enem samem blogu, 18,7 % je takih, ki pišejo v dveh in dva blogarja (1,9 %) pišeta v treh. 2,8 % oz. trije blogarji pa zapisujejo kar v desetih blogih. Če ne pišejo v zelo dolgih intervalih, je to zanje zahtevna "zaposlitev". Najverjetneje pa gre za izjemno aktivne blogarje, "dopisnike" v skupinskih blogih, ki jih ureja večje število avtorjev, od katerih je vsak pristojen za določeno področje.<sup>24</sup>

Glede na to, da blogarji zelo redno osvežujejo vsebine in objavljajo nove zapise, sklepamo o visoki stopnji skupnostne dinamike. Kar 86 % vprašanih namreč svoj najljubši blog osvežuje najmanj enkrat tedensko oz. natančneje: največ, 31,8 %, jih zapise objavlja 2- do 4-krat na teden in, malo manj, 29 % se jih oglasi enkrat tedensko, 25,2 % jih vsebine dopolni vsaj enkrat na dan – petina med njimi (5,6 % vseh vprašanih) je to počne večkrat dnevno.

Prva stvar, s katero blogi presenetijo svoje pozorne opazovalce, je jezik oz. pestrost jezikov, ki se pojavljajo znotraj enega bloga in nastajajo prek tipkovnice istega avtorja. V nekaterih primerih gre za pogovorno ali nižje-pogovorno slovenščino s slengizmi in pogosto rabo besed tujega izvora – največkrat anglizmov, germanizmov ter srbo-

---

<sup>24</sup> Kot primer navedimo Ljudmilin informator, dostopen na naslovu: <http://info.ljudmila.org/>.

hrvatizmov. V tem so blogi zelo podobni ostalim spletnim skupnostim, najbolj klepetalnicam kot sinhronim oblikam RPK in asinhronim forumom.

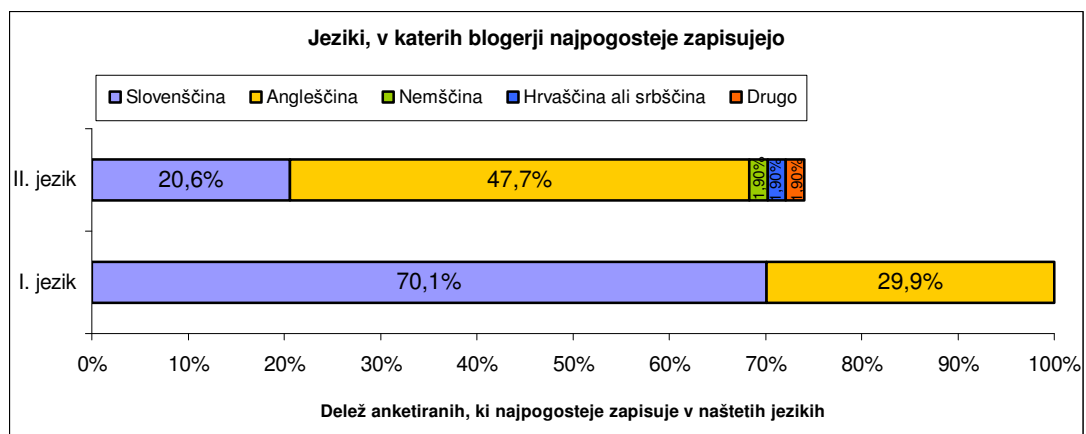
Spomnimo se žanrske analize, v kateri so se blogi izkazali kot uspešen most, ki združuje prednosti običajnih konzultacijskih spletnih mest in asinhronih oblik RPK. (Herring et al.: 10) Med slednje uvrščamo tudi spletne forume, zato ni presenetljivo, da blogi prevzemajo tudi njihova retorična pravila.

## V.7 Spletni babilon

Veliko bolj kot podobnost drugim oblikam spletnega komuniciranja nas preseneča "jezikovna" vzporednost pisanja, največkrat v dveh jezikih, ko avtor (najbrž le na videz) naključno izbira, v katerem jeziku bo zapisal stavek, odstavek ali zapis. Najpogosteje lahko opazimo, da je glavnina zapisanega v slovenskem in del v angleškem jeziku.

Vprašani so na mesto I. jezika, ki ga pri pisanju bloga najpogosteje uporabljajo, postavili slovenščino (70,1 %) ali angleščino (29,9 %). Kot II. jezik – definiralo ga je 74 % anketirancev, ki po pogostosti uporabe sledi prvemu, so izbirali: angleščino (47,7 %), slovenščino (20,6 %), nemščino (1,9 %) in hrvaščino ali srbščino (1,9 %). Prav tako 1,9 % jih med možnostmi (poleg naštetih so bile na izbiro še francoščina, španščina, portugalsščina in latinščina) ni našlo svojega II. jezika ter zato izbralo "drugo".

Graf V.7.1: Jeziki, ki so na prvih dveh mestih po pogostosti uporabe v slovenskih blogih



Omenimo tudi 15 posameznikov oz. 13,9 % vseh, ki so določili celo tretji jezik, ki ga prav tako uporabljajo v svojem blogu: 4 angleščino (3,7 %) in hrvaščino ali srbščino (3,7 %), 2 nemščino (1,9 %) in francoščino (1,9 %) ter enkrat španščino (0,9 %), latinščino (0,9 %) in "drugo" (0,9 %).

Jezikovna "nedoslednost" na slovenskih spletnih mestih ni nič novega in je verjetno posledica hitrega napredka ter intenzivne rabe interneta, ki v letih, če ne v desetletjih, prehitevata sloveniste pri tvorbi slovenskih ustreznice.

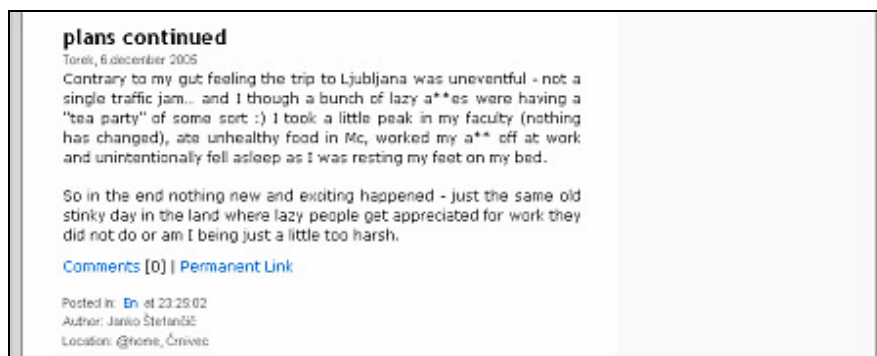
Vsekakor pri pisanju bloga gre še za nekaj več kot zgolj površno rabo ali nepoznavanje pravil jezikovne kulture, uporabo slenga ali žargona. Vse troje je med blogarji gotovo prisotno, a nas kljub temu vodi razmišljanje o izbiri jezika glede na avtorjevo razpoloženje, naslavljanje posebnih segmentov skupnosti, poskuse subtilnega umetniškega izražanja, čustvena stanja, kočljivost opisovane problematike ipd.

Kar pravzaprav sploh ni nenavadno, saj je prav jezik osnovno sredstvo človekovega komuniciranja in je prav zato nenehno podvržen variacijam z namenom preciznejšega sporazumevanja. Zaradi objektivnih okoliščin in potreb skupnosti, interakcije med člani potekajo s prilagojenim govorom. In raba angleškega jezika v slovenskih blogih je mnogokrat čisto instrumentalna, ker postane potencialno občinstvo z njo mnogo večje.

**Posnetek zaslona V.7.1: Primer izražanja v dveh jezikih hkrati – iz Janko Š.: Tehnologija, potovanja in blodnje, dostopno na: <http://www.genis.si/janko/janko.nsf>, 7. 12. 2005**



\*\*\*\*\*



Primer dveh zapisov, objavljenih v roku dveh dni, nas opozarja, da blogarji z izbiro jezika izražajo neko dimenzijo kakovosti odnosa do vsebine in/ali naslovnikov. Podatki, ki smo jih zbrali, nam seveda ne morejo dati odgovora, kdaj in zakaj pišejo v določenem jeziku, a vseeno premislimo!

Že na naslovnici ali vstopni strani nas pozdravijo naslov in vodilo v slovenščini ter menijska struktura deloma v angleščini. Naslov prvega zapisa je angleški "the notebook", pod njim sta slovenski dan in datum objave, uvod v slovenščini, jedro je citat v angleškem jeziku, na koncu slovenski povzetek ocene ter noga zapisa v angleškem formatu.

V tem primeru sam avtor navaja, da si je izposodil citat, ker se njemu samemu ni ljubilo pisati obnove filma. Težje bomo pojasnili, zakaj je eden od zapisov, ki so bili objavljeni dan pred tem, v celoti angleški. Avtor v njem opisuje običajen dan, ko se je odpeljal v Ljubljano na fakulteto, kosil in trdo delal v službi ter nato nehote zaspal ... Zaključni razočaran nad dnevom in ljudmi, ki pobirajo zasluge za delo, čeprav ga sploh niso opravili.

Na podlagi enega primera še ne moremo trditi, da avtor piše v angleščini, ko je pesimistično razpoložen, sicer pa v slovenščini. Angleški zapisi so zgoščeni v prvih decembrskih dneh, ki so za avtorja zaradi spleta okoliščin morda le manj prijetno obdobje v letu. Poleg tega so decembrski zapisi v angleščini tudi posledica njegove nedavne zavestne odločitve, da opusti namero po pisanju v izključno slovenskem jeziku.

Preden nadaljujemo z osrednjim raziskovalnim vprašanjem, strnimo zapisano in na podlagi opisnih statistik oblikujemo podobo povprečnega slovenskega blogarja.

Tipični slovenski blogar je mlad moški dvajsetih let, ki internet uporablja že približno deset let. Dnevno obiskuje bloge drugih avtorjev in spletne forume ter skoraj tako pogosto v njih tudi sodeluje z lastnimi prispevki.

To nam daje določeno sliko o tem, kdo v Sloveniji bloga in kateri dejavniki kohezivnosti so izrazitejši v posameznih razsežnostih slovenske blogosfere. Še vedno pa nič ne vemo o razlogih, s katerimi blogarji vstopajo v svojo skupnost, kako se vzpostavlja zaupanje med njimi in kakšna sta percepcija ter prihodnost slovenske blogosfere v očeh njenih članov.

## VI O kohezivnosti slovenske blogosfere

Rezultati, zbrani s spletnim anketiranjem blogarjev, kažejo na obstoj osebnih, interakcijskih in trendovskih razlogov, ki so blogarje motivirali za pisanje. Blogarji v skupnosti marsikdaj tudi iščejo sogovornika, ki mu lahko zaupajo. V relativno iskrenih osebnih izpovedih se nahaja izrazito pričakovanje, da na drugi strani "posluša" oz. bere bloge nekdo, ki je vreden zaupanja.

Kljub izmerjeni visoki pripadnosti blogosferi v percepciji skupnostnega delovanja, pa blogarji pišejo tudi preiščeno in s precejšnjo mero so-odgovornosti do posredovanih vsebin. Na zadržanost slovenskih blogarjev v odnosu do blogosfere opozarjajo nekatere skeptične, če ne celo pesimistične napovedi glede prihodnosti bloganja.

Med natančnejšo analizo rezultatov ankete, bomo najprej s pomočjo analize razlogov za pričetek bloganja odgovarjali na paradoksalno vprašanje, zakaj nekdo tudi najbolj intimne trenutke svojega življenja zapiše v javnem osebnem dnevniku.

### VI.1 Razlogi za pisanje bloga

Anketirani slovenski blogarji so pri naštetih dvanajstih možnih razlogih izbirali, v kolikšni meri posamezni razlog zanje velja, da so sami pričeli z zapisovanjem. Odgovarjali so s "sploh ne velja zame", "večinoma ne velja zame", "ne morem reči, ali velja zame ali ne" "večinoma velja zame" in "da, popolnoma velja zame".

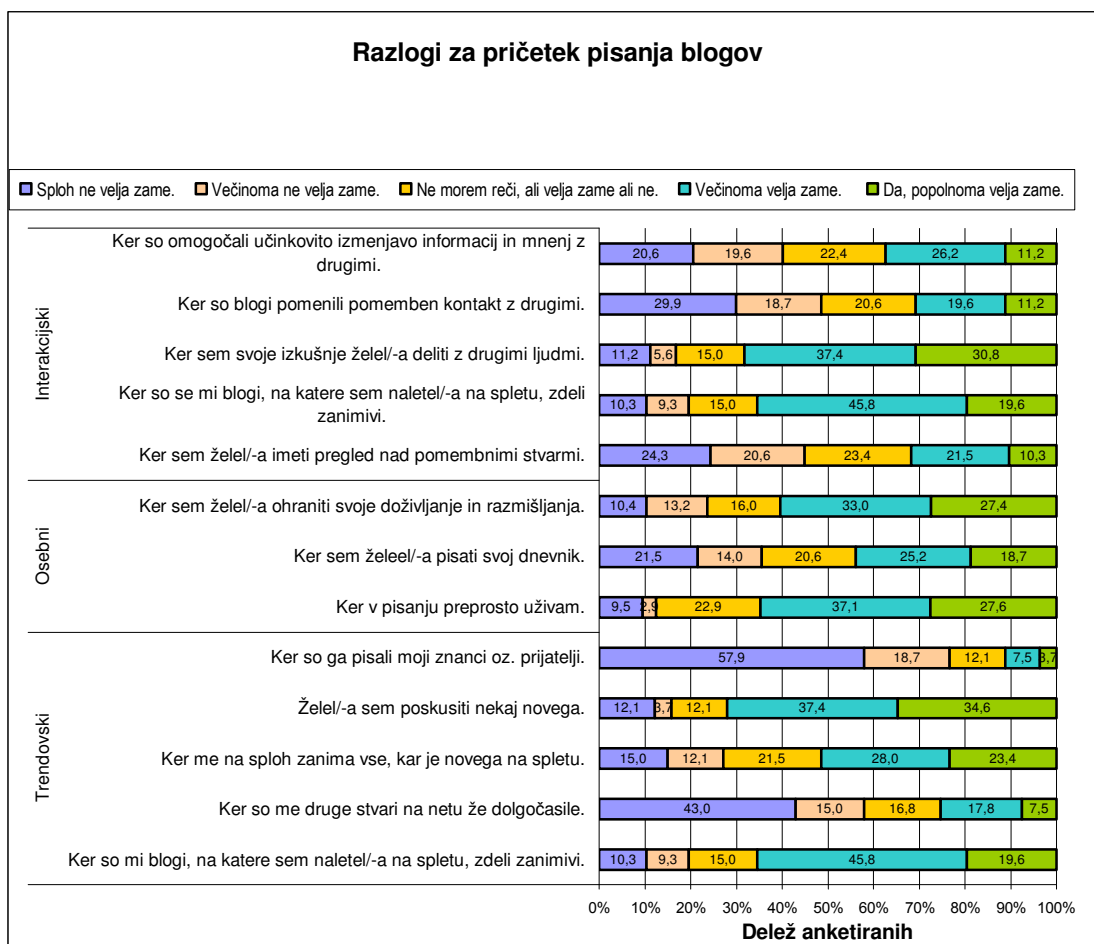
Glede na delež pozitivnih odgovorov ("večinoma velja zame" in "da, popolnoma velja zame") ter vrednosti aritmetičnih sredin, so bili razlogi za pričetek pisanja blogov pri večini avtorjev naslednji:

1. "Želel/-a sem poizkusiti nekaj novega." (72,0 %;  $\mu = 3,79$ );
2. "Ker sem svoje izkušnje želel/-a deliti z drugimi ljudmi." (69,2 %;  $\mu = 3,71$ ) in
3. "Ker v pisanju preprosto uživam." (64,8 %;  $\mu = 3,70$ ).

**Tabela VI.1.1: Aritmetične sredine odgovorov o razlogih za pričetek pisanja blogov**

V kolikšni meri so posamezni razlogi, da ste pričeli pisati svoj blog, veljali za vas osebno?	Aritmetična sredina ( $\mu$ )
Želel/-a sem poskusiti nekaj novega.	3,79
Ker sem svoje izkušnje želel/-a deliti z drugimi ljudmi.	3,71
Ker v pisanju preprosto uživam.	3,70
Ker so se mi blogi, na katere sem naletel/-a na spletu, zdeli zanimivi.	3,55
Ker sem želel/-a ohraniti svoje doživljanje in razmišljanja.	3,54
Ker me na sploh zanima vse, kar je novega na spletu.	3,33
Ker sem želel/-a pisati svoj dnevnik.	3,06
Ker so omogočali učinkovito izmenjavo informacij in mnenj z drugimi.	2,88
Ker sem želel/-a imeti pregled nad pomembnimi stvarmi.	2,73
Ker so blogi pomenili pomemben kontakt z drugimi.	2,64
Ker so me druge stvari na netu že dolgočasile.	2,32
Ker so ga pisali moji znanci oz. prijatelji.	1,80

**Graf VI.1.1: Frekvenčna porazdelitev odgovorov pri indikatorjih razlogov za pričetek pisanja blogov**





Kot smo ob operacionalizaciji indikatorjev pričakovali in kar je kasneje potrdila tudi faktorska analiza, smo v vprašalniku zajeli tri ravni razlogov:

1. **interakcijske motive,**
2. **osebne in**
3. **trendovske.**

Med analizo smo izločili tretji indikator ("Ker so se mi blogi, na katere sem naletel/-a na spletu, zdeli zanimivi."), saj dejansko ni niti statistično niti vsebinsko skladen z nobenim od faktorjev.<sup>25</sup>

Interakcijski motivi odkrivajo željo po komuniciranju in povezovanju s pomočjo bloga. Osebni razlogi izražajo notranjo potrebo po zapisovanju misli in pisanju. Trendovske razloge bomo najbolj natančno opisali kot vplive okolja oz. sama popularnost pojava, ter, kot željo po odkrivanju novega.

**Tabela VI.1.2: Faktorske uteži za razloge za pričetek pisanja blogov**

	<b>Interakcijski</b>	<b>Osebni</b>	<b>Trendovski</b>
Ker so omogočali učinkovito izmenjavo informacij in mnenj z drugimi.	+++		
Ker so blogi pomenili pomemben kontakt z drugimi.	+++		
Ker sem svoje izkušnje želel/-a deliti z drugimi ljudmi.	++		
Ker so se mi blogi, na katere sem naletel/-a na spletu, zdeli zanimivi.	+		
Ker sem želel/-a imeti pregled nad pomembnimi stvarmi.			
Ker sem želel/-a ohraniti svoje doživljanje in razmišljanja.		+++	
Ker sem želel/-a pisati svoj dnevnik.		+++	
Ker v pisanju preprosto uživam.		+++	
Ker so ga pisali moji znanci oz. prijatelji.			+++
Želel/-a sem poskusiti nekaj novega.			++
Ker me na sploh zanima vse, kar je novega na spletu.			+
Ker so me druge stvari na netu že dolgočasile.			+

Bloganje torej nikakor ni enovita in enoznačna oblika družbenega delovanja na spletu. Nasprotno, sodeč po pridobljenih rezultatih, lahko blogarje razvrstimo v tri ločene skupine: kot blogar si lahko subjektivno izbiraš splet kot prostor za samo-izražanje,

<sup>25</sup> Po Comreyju (v: Miller et al., 2002: 179) so indikatorji za posamezni faktor bistveni nad mejo 0,44, ki se ji omenjeni razlog približa v primeru trendovskih (0,435) in socialnih razlogov (0,410). S trendovskimi razlogi bi ga lahko povezovali ob interpretaciji, da je na spletu odkril nekaj novega in zanimivega, s socialnimi pa v smislu delovanja na podlagi zgleда pri drugih ljudeh. A tako kot koeficienti, nas tudi šibka statistična značilnost ni prepričala

lahko v njem deluješ predvsem z namenom, da si v stiku z drugimi, ali pa se tam gibaš preprosto zato, ker je to trenutno "in".

## VI.2 Zaupanje vase in zaupanje drugim

Predvidevamo, da ima zaupanje do računalniško posredovanih oblik komuniciranja in spletnih skupnosti izjemno pomembno vlogo pri oblikovanju odnosov med člani, do same skupnosti ter intenzivnosti in dinamiki interakcij znotraj nje. Zaupanje med blogarji in njihov odnos do lastne skupnosti smo merili z nizom desetih trditvev, pri katerih so respondenti ocenjevali njihovo veljavnost z vrednostmi od 1 ("Sploh ne velja zame.") so 5 ("Da, popolnoma velja zame.").

Največ pozitivnih odgovorov je pripadlo naslednjim trditvam:

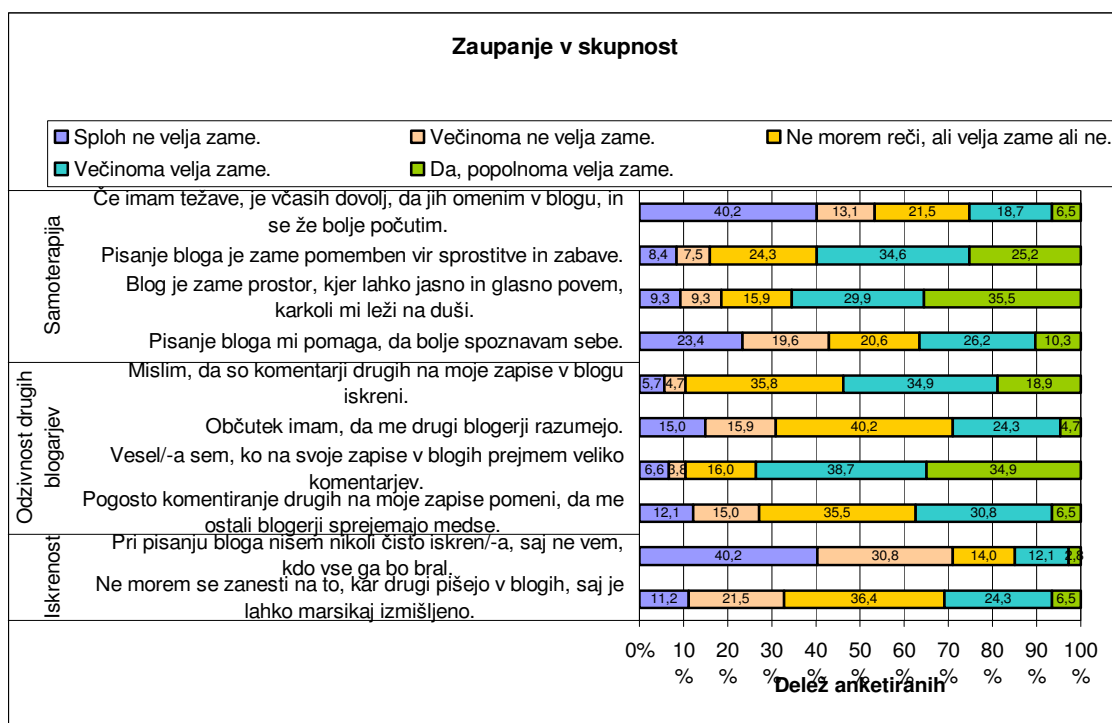
1. "Vesel/-a sem, ko na svoje zapise v blogih prejmem veliko komentarjev." (73,6 %;  $\mu = 3,92$ );
2. "Blog je zame prostor, kjer lahko jasno in glasno povem, kar mi leži na duši." (63,4 %;  $\mu = 3,73$ );
3. "Pisanje bloga je zame pomemben vir sprostitve in zabave." (59,8 %;  $\mu = 3,61$ );
4. "Menim, da so komentarji drugih na moje zapise iskreni." (53,8 %;  $\mu = 3,57$ ).

**Tabela VI.2.1: Aritmetične sredine odgovorov o zaupanju v pripadnost skupnosti**

Zanima nas, kakšne so vaše izkušnje z blogi in kaj vam pomenijo. Ocenite, v kolikšni meri naštete trditve veljajo za vas.	Aritmetična sredina ( $\mu$ )
Vesel/-a sem, ko na svoje zapise v blogih prejmem veliko komentarjev.	3,92
Blog je zame prostor, kjer lahko jasno in glasno povem, karkoli mi leži na duši.	3,73
Pisanje bloga je zame pomemben vir sprostitve in zabave.	3,61
Mislim, da so komentarji drugih na moje zapise v blogu iskreni.	3,57
Pogosto komentiranje drugih na moje zapise pomeni, da me ostali blogarji sprejemajo medse.	3,05
Ne morem se zanesti na to, kar drugi pišejo v blogih, saj je lahko marsikaj izmišljeno.	2,93
Občutek imam, da me drugi blogarji razumejo.	2,88
Pisanje bloga mi pomaga, da bolje spoznavam sebe.	2,80
Če imam težave, je včasih dovolj, da jih omenim v blogu, in se že bolje počutim.	2,38
Pri pisanju bloga nisem nikoli čisto iskren/-a, saj ne vem, kdo vse ga bo bral.	2,07

Ob veselju, ki ga sprožajo komentarji k zapisom, se spomnimo Wijnine definicije bloga, ki izpostavlja njegovo komunikacijsko intenco oz. glavni cilj blogarjev, ki je spodbujanje odziva in pričetek konverzacije. Rezultati ankete to domnevo gotovo potrjujejo, saj ima dotični indikator daleč največji delež pozitivnih odgovorov in najvišjo vrednost aritmetične sredine.

**Graf VI.2.1: Deleži odgovorov pri posameznih trditvah o zaupanju v skupnost.**



Podobno kot pri razlogih smo tudi na ravni posameznikovega zaupanja v pripadnost neki skupnosti predpostavljali, da gre za večrazsežen pojav. S faktorško analizo smo tako oblikovali tri ravni "blogarskega zaupanja", ki se razvija skozi :

1. **samoterapijo,**
2. **odzivnost drugih blogarjev in**
3. **iskrenostjo.**

**Tabela VI.2.2: Faktorske uteži za zaupanje**

	Samoterapija	Odzivnost drugih blogarjev	Iskrenost
Če imam težave, je včasih dovolj, da jih omenim v blogu, in se že bolje počutim.	+++		
Pisanje bloga je zame pomemben vir sprostitve in zabave.	+++		
Blog je zame prostor, kjer lahko jasno in glasno povem, karkoli mi leži na duši.	+++		
Pisanje bloga mi pomaga, da bolje spoznavam sebe.	+++		
Mislím, da so komentarji drugih na moje zapise v blogu iskreni.		+++	
Občutek imam, da me drugi blogarji razumejo.		+++	
Vesel/-a sem, ko na svoje zapise v blogih prejmem veliko komentarjev.		++	
Pogosto komentiranje drugih na moje zapise pomeni, da me ostali blogarji sprejemajo medse.		++	
Pri pisanju bloga nisem nikoli čisto iskren/-a, saj ne vem, kdo vse ga bo bral.			+++
Ne morem se zanesti na to, kar drugi pišejo v blogih, saj je lahko marsikaj izmišljeno.			++

Razmeroma visoki deleži pozitivnih odgovorov indikatorjev na faktorju *samoterapija* kažejo na individualne potrebe, ki jih zadovoljujejo blogarji, saj se s pisanjem izpovedo, sprostijo in spoznavajo sami sebe. Faktor *odzivnost drugih blogarjev* meri pomen odziva drugih članov v skupnosti, s čimer se ponovno potrjujemo ustreznost predpostavke o komunikacijski intenci. Tretja je *iskrenost*, v smislu previdnosti pri pisanju in premišljenem sprejemanju informacij ob zavedanju, da tudi drugi niso popolnoma iskreni.

V tem smislu bi najbrž lahko govorili tudi o treh ravneh *iskanja* zaupanja v blogosferi – individualno oz. samoterapevtsko, skozi medsebojno odzivnost in prek samoiskrenosti.

### VI.3 Percepcija skupnostnega delovanja

Kohezivnost smo merili z dvema nizoma trditev – s prvim smo opazovali kohezivnost na splošno, z drugim smo iskali indikatorje njenih dimenzij, krepitve in premoščanja.

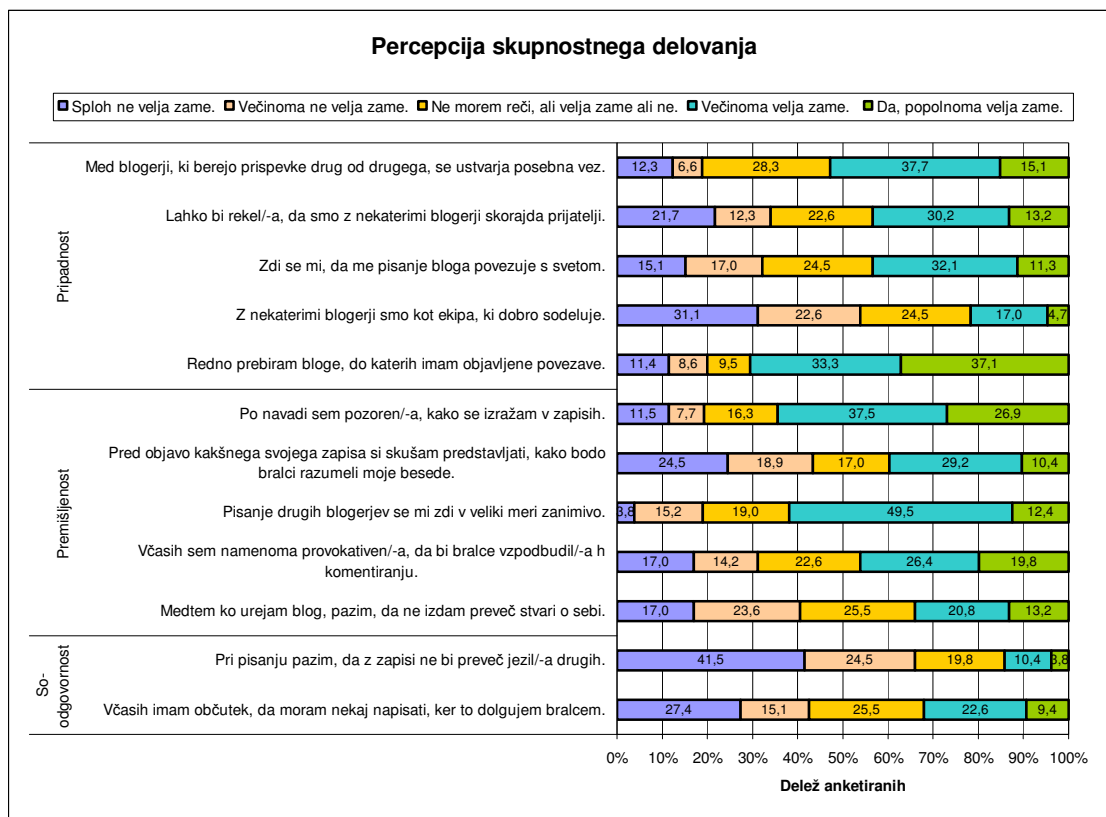
V prvem sklopu smo odkrili, da je kohezivnost blogosfere najbolj očitna pri uporabi hipertekstualnih povezav med blogi, pozornem in premišljenem komuniciranju, interesu za pisanje drugih. To namreč kažejo najvišji deleži pozitivnih odgovorov pri trditvah:

1. "Redno prebiram bloge, do katerih imam objavljene povezave," (71,5 %;  $\mu = 3,76$ );
2. "Ponavadi sem pozoren/-a, kako se izražam v zapisih," (64,4 %;  $\mu = 3,61$ );
3. "Pisanje drugih blogarjev se mi zdi v veliki meri zanimivo," (62,9 %;  $\mu = 3,51$ ).

**Tabela VI.3.1: Aritmetične sredine odgovorov o percepciji skupnostnega delovanja**

Zdaj pa nas zanima vaš odnos do drugih blogarjev. Ocenite, v kolikšni meri našete trditve veljajo za vas.	Aritmetična sredina ( $\mu$ )
Redno prebiram bloge, do katerih imam objavljene povezave.	3,76
Po navadi sem pozoren/-a, kako se izražam v zapisih.	3,61
Pisanje drugih blogarjev se mi zdi v veliki meri zanimivo.	3,51
Med blogarji, ki berejo prispevke drug od drugega, se ustvarja posebna vez.	3,37
Včasih sem namenoma provokativen/-a, da bi bralce vzpodbudil/-a h komentiranju.	3,18
Zdi se mi, da me pisanje bloga povezuje s svetom.	3,08
Lahko bi rekel/-a, da smo z nekaterimi blogarji skorajda prijatelji.	3,01
Medtem ko urejam blog, pazim, da ne izdam preveč stvari o sebi.	2,90
Pred objavo kakšnega svojega zapisa si skušam predstavljati, kako bodo bralci razumeli moje besede.	2,82
Včasih imam občutek, da moram nekaj napisati, ker to dolgujem bralcem.	2,72
Z nekaterimi blogarji smo kot ekipa, ki dobro sodeluje.	2,42
Pri pisanju pazim, da z zapisi ne bi preveč jezil/-a drugih.	2,10

**Graf VI.3.1: Deleži odgovorov pri indikatorjih, ki merijo percepcijo skupnostnega delovanja**



S faktorško analizo smo prišli do treh faktorjev percepcije skupnostnega delovanja:

1. **pripadnost,**
2. **premišljenost in**
3. **so-odgovornost.**

**Tabela VI.3.2: Faktorske uteži za percepcijo skupnostnega delovanja**

	Pripadnost	Premišljenost	So-odgovornost
Med blogarji, ki berejo prispevke drug od drugega, se ustvarja posebna vez.	+++		
Lahko bi rekel/-a, da smo z nekaterimi blogarji skorajda prijatelji.	+++		
Zdi se mi, da me pisanje bloga povezuje s svetom.	++		
Z nekaterimi blogarji smo kot ekipa, ki dobro sodeluje.	++		
Redno prebiram bloge, do katerih imam objavljene povezave.	++		
Po navadi sem pozoren/-a, kako se izražam v zapisih.		+++	
Pred objavo kakšnega svojega zapisa si skušam predstavljati, kako bodo bralci razumeli moje besede.		++	
Pisanje drugih blogarjev se mi zdi v veliki meri zanimivo.		++	
Včasih sem namenoma provokativen/-a, da bi bralce vzpodbudil/-a h komentiranju.		++	
Medtem ko urejam blog, pazim, da ne izdam preveč stvari o sebi.		+	
Pri pisanju pazim, da z zapisi ne bi preveč jezil/-a drugih.			+++
Včasih imam občutek, da moram nekaj napisati, ker to dolgujem bralcem.			+++

*Zanesenjaštvo* kaže na ekipni duh in zavest o povezanosti ter sobivanju znotraj v eni, skupni, entiteti. V *premišljenosti* se kažeta zavest o vlogi komuniciranja in pomen oblikovanja vsebine pri interakcijah. Poseben pomen drugih članov skupnosti za pišočega odraža *odgovornost*.

## VI.4 Pogled na razvoj in prihodnost blogov

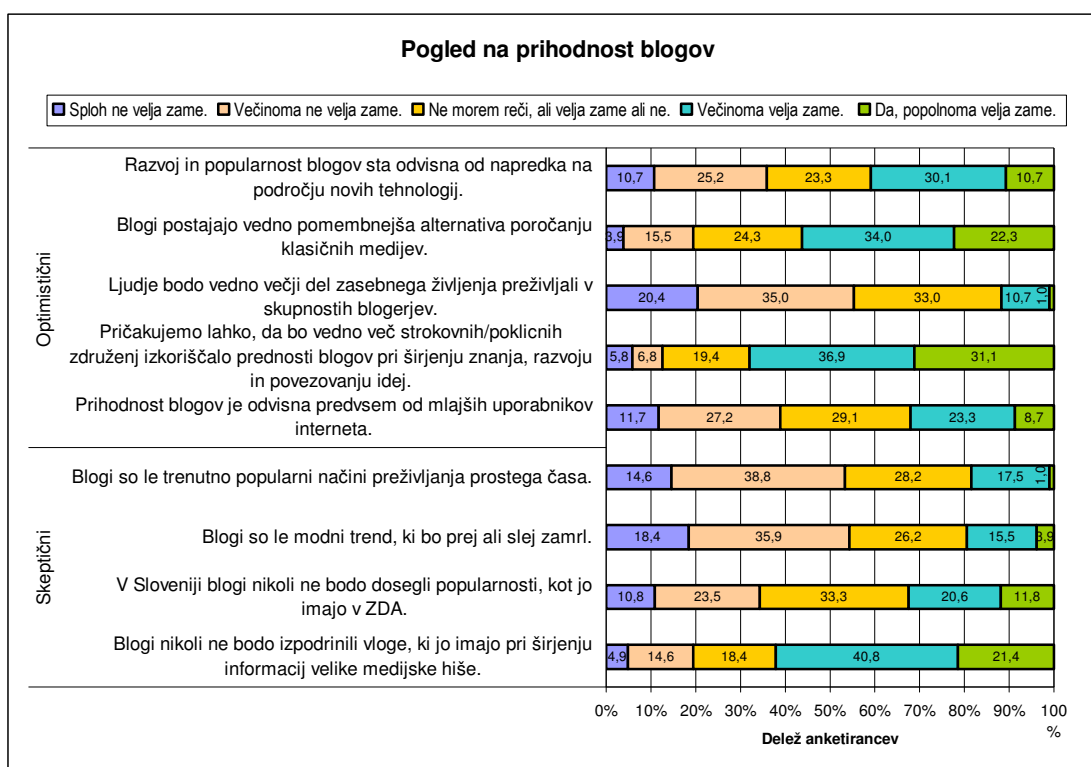
Pogled avtorjev na prihodnost blogov nam veliko pove o skupnosti, njenih potencialih in pomanjkljivostih. Zato smo izdelali devet indikatorjev, med katerimi imata dva precej višje deleže pozitivnih odgovorov kot ostalih sedem:

1. "Pričakujemo lahko, da bo vedno več strokovnih združenj izkoriščalo prednosti blogov pri širjenju znanja, razvoju in povezovanju idej," (68,0 %;  $\mu = 3,81$ );
2. "Blogi postajajo vedno pomembnejša alternativa poročanju klasičnih medijev," (56,3 %;  $\mu = 3,55$ ).

**Tabela VI.4.1: Aritmetične sredine odgovorov o prihodnosti blogov**

Kakšna pa so vaša pričakovanja glede razvoja svetovnega spleta in blogov? Ocenite, v kolikšni meri se strinjate z naštetimi trditvami.	Aritmetična sredina ( $\mu$ )
Pričakujemo lahko, da bo vedno več strokovnih/poklicnih združenj izkoriščalo prednosti blogov pri širjenju znanja, razvoju in povezovanju idej.	3,81
Blogi postajajo vedno pomembnejša alternativa poročanju klasičnih medijev.	3,55
Razvoj in popularnost blogov sta odvisna od napredka na področju novih tehnologij.	3,05
V Sloveniji blogi nikoli ne bodo dosegli popularnosti, kot jo imajo v ZDA.	2,99
Prihodnost blogov je odvisna predvsem od mlajših uporabnikov interneta.	2,90
Blogi nikoli ne bodo izpodrinili vloge, ki jo imajo pri širjenju informacij velike medijske hiše.	2,59
Blogi so le trenutno popularni načini preživljanja prostega časa.	2,51
Blogi so le modni trend, ki bo prej ali slej zamrl.	2,50
Ljudje bodo vedno večji del zasebnega življenja preživljali v skupnostih blogarjev.	2,37

**Graf VI.4.1: Deleži odgovorov pri napovedih o prihodnosti blogov**



**Tabela VI.4.2: Faktorske uteži za pogled na prihodnost blogov**

	Optimistični	Pesimistični
Razvoj in popularnost blogov sta odvisna od napredka na področju novih tehnologij.	+++	
Blogi postajajo vedno pomembnejša alternativa poročanju klasičnih medijev.	+++	
Ljudje bodo vedno večji del zasebnega življenja preživljali v skupnostih blogerjev.	++	
Pričakujemo lahko, da bo vedno več strokovnih/poklicnih združenj izkoriščalo prednosti blogov pri širjenju znanja, razvoju in povezovanju idej.	++	
Prihodnost blogov je odvisna predvsem od mlajših uporabnikov interneta.	++	
Blogi so le trenutno popularni načini preživljanja prostega časa.		+++
Blogi so le modni trend, ki bo prej ali slej zamrl.		+++
V Sloveniji blogi nikoli ne bodo dosegli popularnosti, kot jo imajo v ZDA.		++
Blogi nikoli ne bodo izpodrinili vloge, ki jo imajo pri širjenju informacij velike medijske hiše.		+

Kot so tudi pokazali rezultati factorske analize lahko v splošnem govorimo o optimističnih in skeptičnih blogarjih oz. njihovih pogledih na prihodnost bloga. Predvsem velja izpostaviti potencial blogov v strokovnih združenjih in njihov pomen za povezovanje idej ter širjenje znanja.

## VI.5 Krepitev ali premoščanje slovenske blogarske skupnosti?

Ob številnih neodvisnih lastnostih blogosfere, ki se dotikajo namenov, mnenj, motivov, izkušenj, poznavanja ali jezika blogarjev in smo jih že omenili, smo si kot ključno raziskovalno vprašanje zastavili cilj proučiti, kakšna je skupnostna narava slovenske blogosfere. Sprašujemo se torej o tem, o kakšnih oblikah skupnostnega/kohezivnega delovanja sploh lahko govorimo v prostoru slovenske blogosfere.

Pod drobnogled smo vzeli dva procesa slovenske blogosfere, ki ju merimo z indikatorji dejavnikov skupnostne kohezivnosti v dveh faktorjih: krepitve in premoščanja. Oba nastopata kot odvisni spremenljivki, v teoretičnih okvirih razsežnosti socialnega kapitala (Putnam, 2000), skozi kateri skušamo razumeti, v kolikšni meri je v slovenski blogosferi prisotna ekskluzivna krepitev, utrjevanje vezi med člani in inkluzivno premoščanje socialnih razlik ter povezovanje s heterogenimi posamezniki in skupinami navzven.

Najvišji delež pozitivnih odgovorov je prejela trditev o simpatičnosti drugih avtorjev, ki jih vprašani običajno prebirajo, za katero smo pričakovali, da bo merila krepitev (35,8 %;  $\mu = 3,55$ ).

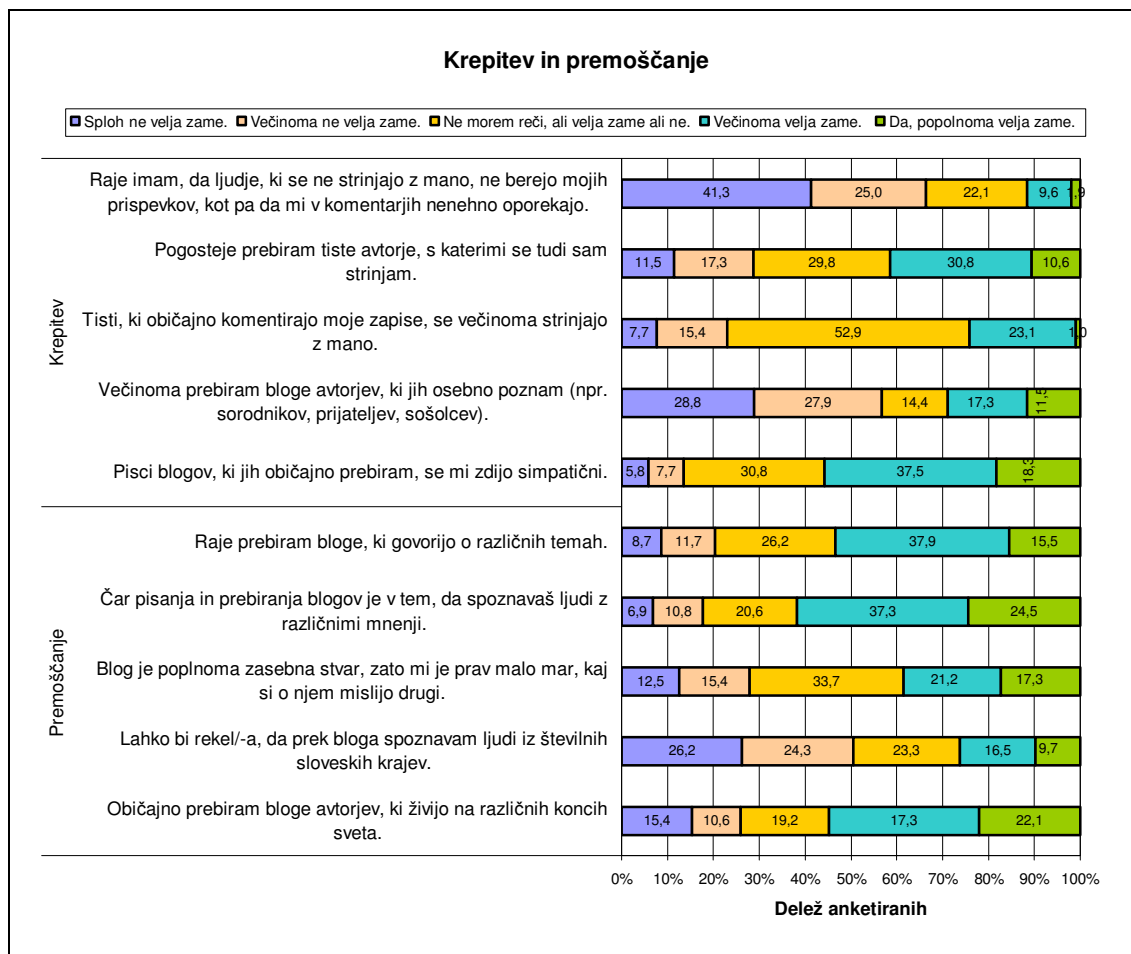
**Tabela VI.5.1: Aritmetične sredine odgovorov za krepitev in premoščanje**

Podobno kot prej, nas zanimajo odnosi znotraj skupnosti blogarjev. Ocenite, v kolikšni meri se strinjate z naštetimi trditvami.	Aritmetična sredina ( $\mu$ )
Čar pisanja in prebiranja blogov je v tem, da spoznaš ljudi z različnimi mnenji.	3,62
Pisci blogov, ki jih običajno prebiram, se mi zdijo simpatični.	3,55
Raje prebiram bloge, ki govorijo o različnih temah.	3,40
Običajno prebiram bloge avtorjev, ki živijo na različnih koncih sveta.	3,36
Blog je popolnoma zasebna stvar, zato mi je prav malo mar, kaj si o njem mislijo drugi.	3,15
Pogosteje prebiram tiste avtorje, s katerimi se tudi sam strinjam.	3,12
Tisti, ki običajno komentirajo moje zapise, se večinoma strinjajo z mano.	2,94
Lahko bi rekel/-a, da prek bloga spoznavam ljudi iz številnih slovenskih krajev.	2,59
Večinoma prebiram bloge avtorjev, ki jih osebno poznam (npr. sorodnikov, prijateljev, sošolcev).	2,55
Raje imam, da ljudje, ki se ne strinjajo z mano, ne berejo mojih prispevkov, kot pa da mi v komentarjih nenehno oporekajo.	2,06

Zanimivo je, da so aritmetične sredine vrednosti odgovorov višje pri skoraj vseh indikatorjih premoščanja (prvih pet vrstic v tabeli), medtem ko so povprečne vrednosti indikatorjev krepitve očitno nižje. K tako izraziti razliki je verjetno prispevala relativna "strogost" v odnosu do bloganja pri slednjih.



**Graf VI.5.1: Deleži odgovorov pri indikatorjih krepitve in premoščanja**



Zaradi slabe uvrstitve pri faktorski analizi in vsebinskem odstopanju smo indikator o simpatičnosti drugih blogarjev odstranili. Ker pa "simpatičnost" drugih blogarjev morda kaže na splošno posameznikov odnos do drugih članov kot enega od splošnih indikatorjev povezanosti, smo preverili njegovo skladnost z nizom, ki meri percepcijo skupnostnega delovanja. Izkazalo se je, da naj bi imel šibak vpliv v dveh faktorjih, pri čemer vsebinsko nobenemu ni zares ustrezal.

S faktorsko analizo in še brez enega indikatorja (ta naj bi meril premoščanje), smo na osnovi teoretičnih zahtev postopoma prišli do dveh faktorjev kohezivnega delovanja:

1. krepitev in
2. premoščanje.

**Tabela VI.5.2: Faktorske uteži za krepitev/premoščanje**

	<b>Krepitev</b>	<b>Premoščanje</b>
Raje imam, da ljudje, ki se ne strinjajo z mano, ne berejo mojih prispevkov, kot pa da mi v komentarjih nenehno oporekajo.	+++	
Pogosteje prebiram tiste avtorje, s katerimi se tudi sam strinjam.	+++	
Tisti, ki običajno komentirajo moje zapise, se večinoma strinjajo z mano.	++	
Običajno prebiram bloge avtorjev, ki živijo na različnih koncih sveta.		
Večinoma prebiram bloge avtorjev, ki jih osebno poznam (npr. sorodnikov, prijateljev, sošolcev).	+	
Pisci blogov, ki jih običajno prebiram, se mi zdijo simpatični.		
Raje prebiram bloge, ki govorijo o različnih temah.		+++
Čar pisanja in prebiranja blogov je v tem, da spoznavaš ljudi z različnimi mnenji.		+++
Blog je popolnoma zasebna stvar, zato mi je prav malo mar, kaj si o njem mislijo drugi.		++
Lahko bi rekel/-a, da prek bloga spoznavam ljudi iz številnih sloveskih krajev.		+

Med preostalimi osmimi indikatorji, imata največji delež pozitivnih odgovorov dva – oba merita premoščanje:

1. "Čar pisanja in prebiranja blogov je v tem, da spoznavaš ljudi z različnimi mnenji," (61,8 %;  $\mu = 3,62$ );
2. "Raje prebiram bloge, ki govorijo o različnih temah," (53,4 %;  $\mu = 3,40$ ).

Zdaj vemo, kako se odražata razsežnosti krepitev in premoščanje, zato ju bomo končno postavili v vlogo odvisnih spremenljivk ter analizirali njun odnos z neodvisnimi. Med teoretičnimi lastnostmi skupnosti se bomo še zadnjič osredotočili na tiste, ki imajo verjetno tudi najbolj odločilen vpliv na oblikovanje slovenske blogosfere.

Zanimalo nas je, kako razlogi in motivi za pisanje blogov, zaupanje v skupnost, percepcija skupnostnega delovanja in stališča do prihodnosti blogov določajo delovanje slovenske blogosfere. Končno bomo izvedeli, ali je odprta in pripravljena na izzive, s katerimi vanjo vstopajo njeni člani, ali pa nečimrno utrjuje in ohranja obstoječe članstvo.

### **VI.5.1 Krepitev v iskanju zaupanja do drugih blogarjev in trendovskih razlogih za pisanje**

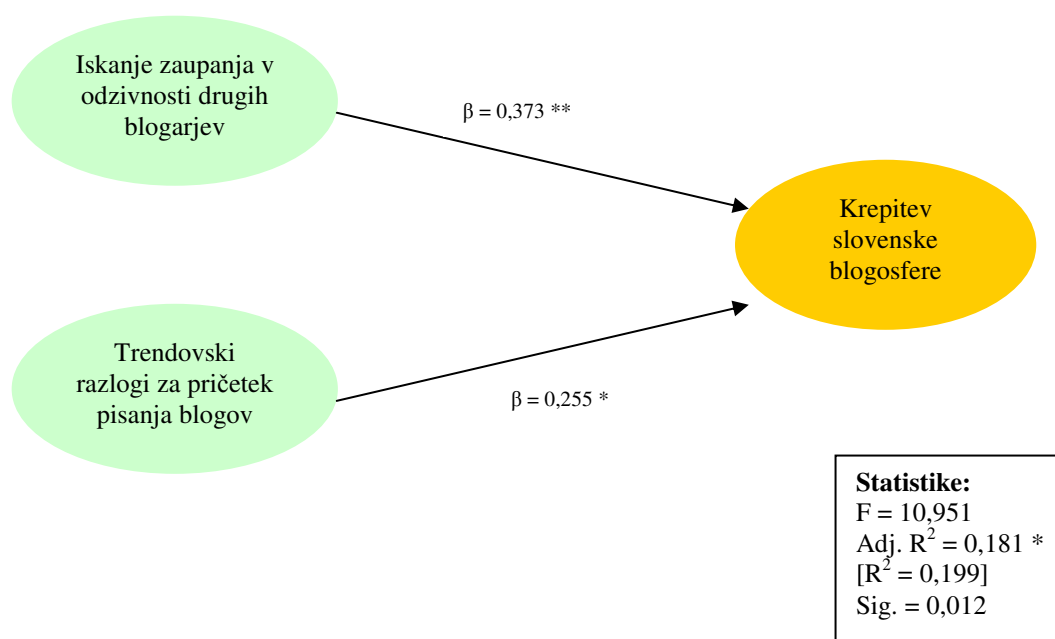
Z regresijskimi analizami modelov, v katerih nastopata krepitev in premoščanje v vlogi odvisnih spremenljivk, bomo dognali, katera raven/oblika zaupanja, kateri razlogi, percepcije in stališča so tisti, ki spodbujajo premoščanje znotraj oz. iz skupnosti in kateri so oni, ki določajo krepitev slovenske blogosfere.

Prvi regresijski model statistično značilno pojasnjuje 18,1-odstotni delež variance odvisne spremenljivke krepitev, na podlagi katerega sklepamo, da krepitev oz. dimenzijo ekskluzivnih dejavnikov kohezivnosti v slovenski blogosferi najbolj pojasnjujeta iskanje zaupanja v odnosu do drugih blogarjev ( $\beta = 0,302$  \*\*) in trendovski razlogi za pričetek zapisovanja blogov ( $\beta = 0,255$  \*).

**Tabela IV.5.2.1: Prikaz podatkov iz regresijske analize, ki pojasnjuje varianco spremenljivke krepitev**

Spremenljivka	B – nestandardiziran korelacijski koeficient	$\beta$ – standardiziran korelacijski koeficient	t-statistika s stopnjo značilnosti
Konstanta	-1,8E-02		-0,192
Iskanje zaupanja v odzivnosti drugih blogarjev	0,316	0,302	3,042 **
Trendovski razlogi za pričetek pisanja blogov	0,256	0,255	2,563 *
Optimistični pogled na prihodnost blogov	<b>Izložene spremenljivke</b> (po metodi <i>stepwise</i> )	0,130	1,296
Skeptični pogled na prihodnost blogov		0,188	1,976
Interakcijski razlogi za pričetek pisanja blogov		- 0,030	- 0,275
Osebnih razlogi za pričetek pisanja blogov		- 0,005	- 0,049
Iskanje zaupanja s samoterapijo		0,138	1,360
Iskanje zaupanja s samo-iskrenostjo		0,181	1,796
Pripadnost v percepciji skupnostnega delovanja		0,036	0,302
Premišljenost v percepciji skupnostnega delovanja		0,169	1,648
Odgovornost v percepciji skupnostnega delovanja		- 0,155	- 1,475

**Model IV.5.2.1: Krepitev slovenske blogosfere v iskanju zaupanja v odzivnosti drugih blogarjev in trendovskih razlogih za pisanje blogov**



Glede na to da več kot 18 % variance spremenljivke *krepitev* pojasnujeta *iskanje zaupanja v odzivnosti drugih blogarjev* in *trendovski razlogi za pričetek pisanja blogov*, lahko sklepamo tudi o prisotnosti deindividuacijskih socialnih potreb ali potreb po vpetosti oz. "utapljanju" v skupnost z ostalimi blogarji.

Čeprav je slovenska blogosfera demografsko homogena, moramo upoštevati, da gre za pretežno mlade uporabnike, dvajsetletnike, ki se še izobražujejo in imajo nedvomno različne interese, s katerimi nastopajo v skupnosti. Zato smo model dodatno preverjali, tako da smo v nabor neodvisnih spremenljivk zajeli še pet demografskih: spol in starost anketiranih, dosežena raven izobrazbe, število let izkušenj z internetom (internetna starost) in blogom.

Izkazalo se je, da demografske spremenljivke celo neposredno vplivajo na krepitev v slovenski blogosferi. Najbolj očiten je vpliv števila let izkušenj z bloganjem ( $\beta = 0,207 *$ ), kar je razumljivo in pomeni, da se blogarji v času vedno bolj zlivajo s skupnostjo in intenzivneje percipirajo njeno homogenost.

Ostalih demografskih spremenljivk program<sup>26</sup> ni uvrstil v regresijski model, ki pa je s petimi neodvisnimi spremenljivkami očitno obsežnejši, zaradi česar je večji tudi pojasnjeni delež variance spremenljivke *krepitev* (Adj.  $R^2 = 0,281 ***$ ). Ostale štiri neodvisne spremenljivke, vključene v model, so še: skeptični pogled na prihodnost blogov ( $\beta = 0,259 **$ ), iskanje zaupanja skozi samoterapevtski odnos ( $\beta = 0,241 *$ ), in percepcija skupnostnega delovanja na ravni občutka odgovornosti do skupnosti ( $\beta = -0,206 *$ ).

Razsežnost krepitev slovenske blogosfere je torej do določene mere posledica iskanja zaupanja v odnosu drugih blogarjev in trendovskih razlogov za pričetek pisanja blogov. Vendar se nam porajajo sumi o skritih in nepojasnjenih zvezah med neodvisnimi spremenljivkami, ki pojasnjujejo en del variance spremenljivke *krepitev* in demografskimi spremenljivkami, ki smo jih preverjali naknadno.

---

<sup>26</sup> Regresijski model smo izdelali po metodi *stepwise* s paketom za statistično obdelavo podatkov SPSS 10.0.

Ker je smoter naloge opisati, kaj se dogaja v slovenski blogosferi in s kakšnimi potenciali se ponuja novim razsežnostim računalniško posredovanega javnega prostora na podlagi dejavnikov skupnostne kohezivnosti, odnosov z demografskimi spremenljivkami natančneje ne bomo raziskovali. Se pa gotovo strinjamo, da je skupnost slovenskih blogarjev v zadnjih dveh letih postala razmeroma obsežna, pisana in tudi segmentirana, kar se članstva tiče, zaradi česar bi bila raziskava v tej smeri tudi precej na mestu.

Namesto demografiji smo se raje posvetili še pojasnjevanju drugega ključnega koncepta, premoščanja. Ugotavljali bomo, posledica česa je odprtost slovenske blogosfere in pripravljenost blogarjev, da spoznavajo nove spletne znance ter se povezujejo z različnimi skupinami.

### VI.5.2 Premoščanje kot rezultat pripadnosti v percepciji skupnostnega delovanja

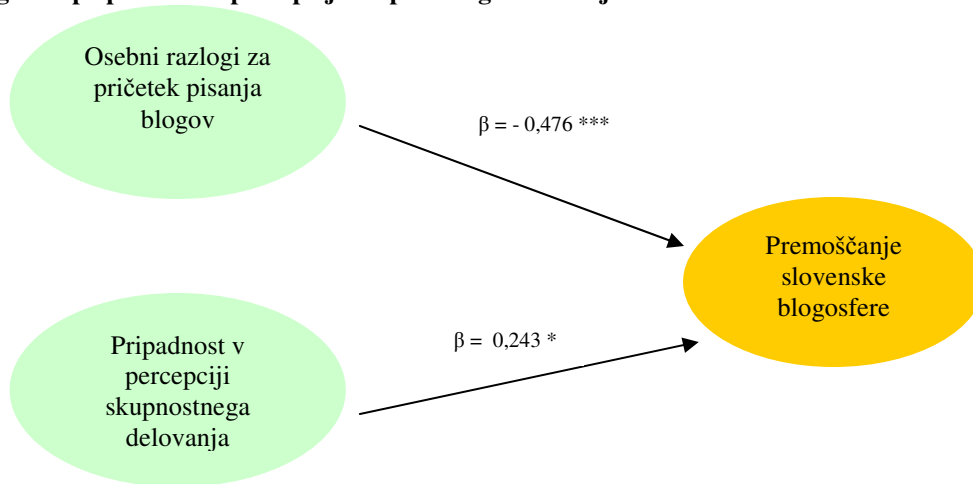
Premoščanje slovenske blogosfere smo, prav tako kot nasprotno spremenljivko krepitev, preverjali z izdelavo regresijskega modela, ki statistično značilno pojasnjuje 36,8-odstotni delež variance te odvisne spremenljivke.

Premoščujočo (inkluzivno) dimenzijo socialnega kapitala v slovenski blogosferi dobro pojasnjujejo osebni razlogi ( $\beta = - 0,476$  \*\*\*), s katerimi so avtorji pričeli zapisovati bloge, in pripadnost v percepciji skupnostnega delovanja ( $\beta = 0,243$  \*).

**Tabela IV.5.2.1: Prikaz podatkov iz regresijske analize modela, ki pojasnjuje varianco spremenljivke premoščanje**

Spremenljivka	B – nestandardiziran korelacijski koeficient	$\beta$ – standardiziran korelacijski koeficient	t-statistika s stopnjo značilnosti
Konstanta	4,194E-02		- 0,146
Osebni razlogi za pričetek pisanja blogov	- 0,510	- 0,522	- 5, 858 ***
Pripadnost v percepciji skupnostnega delovanja	0,221	0,227	2,549 *
Optimistični pogled na prihodnost blogov		- 0,051	- 0,596
Skeptični pogled na prihodnost blogov		0,011	0,131
Interakcijski razlogi za pričetek pisanja blogov		- 0,003	0,036
Trendovski razlogi za pričetek pisanja blogov		- 0,033	- 0,377
Iskanje zaupanja s samoterapijo		0,186	1,696
Iskanje zaupanja v odzivnosti drugih blogarjev		0,096	0,962
Iskanje zaupanja s samo-iskrenostjo		- 0,022	- 0, 262
Premišljenost v percepciji skupnostnega delovanja		0,039	0,452
Odgovornost v percepciji skupnostnega delovanja		0,037	0,446

**Model VI.5.2.1: Premoščanje slovenske blogosfere v individualnih razlogih za pričetek pisanja blogov in pripadnosti v percepciji skupnostnega delovanja**



**Statistike:**

F = 25,417

Adj. R<sup>2</sup> = 0,368 \*\*\*

R<sup>2</sup> = 0,383

Sig. = 0,000

Tudi ta model smo dodatno preverjali, tako da smo poleg vseh naštetih faktorjev razlogov, zaupanja, kohezivnosti vanj vključili še pet demografskih spremenljivk: spol in starost anketiranih, dosežena raven izobrazbe, število let izkušenj z internetom (internetna starost) in bloganjem, ki pa na odvisno spremenljivko premoščanje očitno nimajo izrazitega vpliva. Regresijska analiza je namreč ponovno pokazala na statistično značilen negativni vpliv spremenljivke individualni razlogi za pričetek pisanja blogov in pozitiven vpliv spremenljivke zanesenjaštvo v percepciji skupnostnega delovanja.

Negativen vpliv osebnih razlogov, s katerimi blogarji vstopajo v blogosfero, potrjuje, da je premoščanje lastnost, s katero se skupnost obrača navzven in odpira vrata za interakcijo z drugimi ter tudi drugačnimi. Kot smo pričakovali torej premoščanja nikakor ne moremo razlagati z individualističnim nastopom, zaprtostjo in osredotočenostjo nase. Lahko pa razumemo odnos med zanesenjaško percepcijo blogosfere, ki govori o navdušenju nad občutkom povezanosti s svetom, in vzpostavljanjem povezav navzven, ne glede na meje izvorne skupnosti.

## VII ZAKLJUČEK

V nalogi smo se opredelili do družbene in komunikacijske razsežnosti kibernetnega prostora, ki se znova in znova odpira najrazličnejšim socialnim entitetam. Ugotovili smo, da je pristop, ki izhaja iz skupnosti kot okolja, v katerem se oblikujejo akterji novih razsežnosti javne sfere, lahko izjemno učinkovit. Osredotočili smo se na skupnostno delovanje prek blogov, relativno novih komunikatorjev, in izmerili kohezivnost ter socialni kapital slovenske blogarske skupnosti ali blogosfere, ki zadnji dve leti predstavlja vedno pomembnejši segment slovenskega javnega prostora.

Kdo od bralcev je v nalogi morda pogrešal ozek in bolj osredotočen pristop z natančno opredeljenim raziskovalnim vprašanjem ter usmerjenost k preverjanju vnaprej izbranih teoretskih hipotez. Vendar smo se, kot smo napovedali že uvodoma, takemu stilu pisanja namenoma izognili, saj smo naleteli na problem, ki je izjemen, a doslej le skromno raziskan. Na svetovnem spletu je sicer zaslediti kar nekaj raziskav, ki se pretežno osredotočajo na iskanje razsežnosti javnosti v blogih oz. je za njihove avtorje blogosfera lahko nova, računalniško posredovana javna sfera. (Wijnia, 2000; Herring et al., 2004) Drugi, najnovejši pristopi, v katerih so dejavni predvsem španski in ameriški raziskovalci, merijo interakcijske razsežnosti blogovskih skupnosti, tako da ocenjujejo njihovo velikost, članstvo ter z mrežnimi modeli opazujejo dinamiko interakcij. (Merelo-Guervos et al., 2005; Baumes et al., 2005) Razen nekaj skromnih in predvsem demografskih opisov slovenske blogosfere (vir: RIS, 2005) pa v slovenskem jeziku o blogih še ni bilo velikoi zapisanega, kar je bil naš glavni razlog, da smo v obravnavi te skupnosti skušali biti tudi bolj opisni, predvsem pa analitično široki. Hkrati smo želeli ostati dovolj jasno osredotočeni na proučevanje "lepila", ki blogarsko združbo ali skupnost drži med seboj, da bi lahko oblikovali pomenljivo sliko, ki razkriva prvo zgodbo o slovenskem bloganju in bodočim raziskovalcem daje čimveč izzivov za njeno raziskovanje.

Slovenska blogovska skupnost je glede na število prebivalstva razmeroma velika – resda manjša od ameriške, a hkrati večja kot marsikatera nacionalna blogosfera. Njeni začetki, kot smo ugotovili v poglavju Slovenska blogosfera segajo na začetek

devetdesetih let, ko je avtor – tudi eden od prvih blogarjev na svetu, pričel objavljati svoje Zapise, ki so še vedno dostopni in redno osveženi na spletnem naslovu <http://www.jonas.si/zapisi/>.

Slovenska blogosfera se je s povečanjem članstva pomembno razširila v letih 2004 in 2005, če sklepamo po tem, kdaj je nastalo največ slovenskih blogov. Ustvarili so jih večinoma mladi moški v starosti dvajsetih let, ki študirajo in se torej še vedno izobražujejo, ob čemer imajo veliko izkušenj z internetom. Uporabljajo ga približno deset let ali več. Slovenski blogarji so internetni veterani in posledično zahtevnejši uporabniki novih tehnologij, ki do svetovnega spleta dostopajo prek izjemno zmogljivih povezav. Prav nasprotno, so izkušnje tipičnega blogarja, ki je odgovarjal na anketo, veliko skromnejše in v povprečju znašajo le slabi dve leti.

Če sklepamo po demografskih značilnostih, bi lahko rekli, da je socialni kapital vzorca, zajetega z anketo, precej homogen, zaradi česar bi lahko samo prisotnost premoščanja socialnih razlik resnično postavili pod vprašaj. A kot smo videli v analizi vsebin, sta obe razsežnosti socialnega kapitala v slovenski blogosferi izrazito prisotni: premoščanje izraziteje na ravni individualnih dejavnikov kohezivnosti skupnosti in krepitev predvsem na strukturni ravni. To, kar pojasnjuje delovanje v smeri ene ali druge razsežnosti, smo merili z rezultati spletne ankete.

Ugotovili smo, da blogarji vstopajo v skupnost z osebnimi, interakcijskimi in trendovskimi razlogi. V blogosferi iščejo zaupanje prek samoterapije, odzivnosti drugih blogarjev do njih in iskrenosti. Svojo skupnost percipirajo z izjemno mero občutka pripadnosti, a hkrati tudi s preišljenostjo in odgovornostjo, tako da blogom kot orodjem za širjenje znanja in alternativni klasičnih medijev, optimistično napovedujejo lepo prihodnost. Čeprav ne smemo zanemariti tudi bolj skeptičnih pogledov, saj so za nekatere blogi npr. le popularni načini preživljanja prostega časa, ki nikoli ne bodo izpodrinili vloge velikih medijskih hiš.

Z naštetimi spremenljivkami in njihovimi razsežnostmi smo pojasnjevali prisotnost krepitve in premoščanja v slovenski blogosferi ter vzroke za vsako izmed razsežnosti. Izkazalo se je, kot smo pričakovali s prvo domnevo, da iskanje zaupanja – predvsem v odzivnosti drugih blogarjev – v največji meri pojasnjuje varianco spremenljivke



krepitev. Kot relevantni so se v tem primeru izkazali tudi trendovski razlogi za pričetek pisanja blogov, pri čemer obe spremenljivki skupaj pojasnujeta 18,1-odstotni delež variance krepitve.

Skladno z drugo domnevo smo z izdelavo regresijskega modela ugotovili, da pripadnost v percepciji skupnostnega delovanja statistično značilno pozitivno vpliva na premoščanje. Vendar imajo še močnejši in negativen vpliv na pojasnjevano spremenljivko tudi osebni razlogi za pričetek pisanja blogov. Obe spremenljivki skupaj pojasnujeta kar 36,8-odstotni delež variance spremenljivke premoščanja.

In kakšna je potemtakem slovenska blogosfera? Izgleda, da njeni strukturni dejavniki kohezivnosti – tako vsaj namigujejo indeksi krepitve izdelani na podlagi rezultatov analize vsebin – bolje pojasnjujejo ekskluzivno razsežnost socialnega kapitala, torej krepitev skupnosti. Značilnosti skupnosti in komunikacijske situacije z anketo namreč nismo natančneje preverjali, kar bi lahko bil glavni razlog za nižji delež pojasnjene variance v primeru spremenljivke krepitev.

Ravno obratno smo z analizo vsebin v manjši meri pojasnili premoščanje slovenske blogosfere oz. nas na to opozarjajo vrednosti indeksov premoščanja, predvsem na individualni ravni dejavnikov kohezivnosti. Natančneje smo se osebnemu vidiku blogarjev posvetili s spletno anketo, katere rezultati so pokazali, da so osebni razlogi za pričetek bloganja v močnem negativnem odnosu s spremenljivko premoščanja, zanesenjaštvo v percepciji skupnostnega delovanja pa na pojasnjevano spremenljivko vpliva pozitivno.

Lahko bi rekli, da je v slovenski blogosferi intenzivneje prisotna inkluzivna razsežnost socialnega kapitala. Ali drugače: da slovenska blogosfera premošča socialne razlike med posamezniki, ki vstopajo v računalniško posredovan družbeni prostor. Ob tem se je nujno treba zavedati tudi drugega raziskovalnega vidika, analize vsebin, ki nas opozarja na izrazito večrazsežnostno naravo blogarske skupnosti in na pester nabor dejavnikov kohezivnosti skupnosti, ki bodisi delujejo v eni bodisi drugi smeri socialnega kapitala.

Podobno za skupnosti v kibernetnem prostoru ugotavlja že Norris (2004: 36), da je v njih mogoče vedno zaslediti obe funkciji socialnega kapitala. Vendar se razlike

pojavnajo glede na tip skupnosti – na primer, krepitev je izrazitejša v verskih skupnostih, sindikatih in zvezah na podlagi osebnega prepričanja, medtem ko je premoščanje bolj prisotno v terapevtskih ter etničnih skupnostih. Na splošno pa Norris glede računalniško posredovanega komuniciranja in interneta zaključuje, da v večji meri zblížujeta posameznike s podobnimi prepričanji, kakor premoščata temeljne socialne razlike med etničnimi ali kulturnimi skupnostmi (2004: 36-40).

Na večznačno družbeno naravo interneta v smislu premoščanja ali krepitev skupnosti opozarja tudi Putnam, čigar koncepti socialnega kapitala so nam služili kot izhodišče za pisanje naloge. Avtor, kljub skepsi do pristnosti odnosov v računalniško posredovanem komuniciranju na eni strani, občuduje spletne (*on-line*) skupnosti, ki, po drugi strani, družbi vračajo kohezivnost, medtem ko se ta v večini ostalih področij izgublja. (2000: 148-180)

Mi bomo optimistično zaključili – z njegovimi besedami v mislih, da v času vse večje razpršenosti in splošnega zamiranja kohezivnosti skupnosti prav blogi na področju računalniško posredovanega komuniciranja pomenijo pomemben korak naprej, tudi k oblikovanju novega segmenta javne sfere ter demokratizaciji (tudi v Škerlep, 1998 in Oblak, 2003). Seveda ob kompleksnih sistemih, kot sta družba ali javni prostor, blogi sami ne bodo prinesli velikih sprememb. Lahko pa – kot v primeru ameriških blogov ob napadu na New York septembra 2001 – pomembno spreminjajo smeri komunikacijskih tokov in mobilizirajo večji del sicer speče javnosti.

## VIII LITERATURA IN VIRI

**Anderson, Benedict (1998):** *Zamišljene skupnosti: O izvoru in širjenju nacionalizma*. Studia Humanitatis, Ljubljana.

**Baumes, Jeffrey, Hung-Ching Chen, Matthew Francisco, Mark Goldberg, Malik Magdon-Ismail, Al Wallace (2005):** *Dynamics of Bridging and Bonding in Social Groups: A Multi-Agent Model*. Na spletu: [http://www.cs.rpi.edu/~magdon/ps/conference/social\\_NAACOS05.pdf](http://www.cs.rpi.edu/~magdon/ps/conference/social_NAACOS05.pdf) (19. 6. 2005).

**Bahovec, Igor (2004):** *Posameznik in skupnosti v postmoderni: Sodobne skupnosti – relevanten odgovor na razpotja postmodernih orientacij in tlečo krizo smisla v zahodni kulturi? (doktorska disertacija)*. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Baym, Nancy (1995):

**Beck, Ulrich, Anthony Giddens, Scott Lash (1994):** *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Stanford University Press, Stanford.

**Beck, Ulrich (1994):** The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization. V: Ulrich Beck in drugi: *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Stanford University Press, Stanford.

**Blanchard, Anita, Tom Horan (1998):** Virtual Communities and Social Capital. *Social Science Computer Review*, 16, 3 (jesen 1998), str. 293-307.

**Buchstein, Hubertus (1997):** Bytes that Bite: The Internet and Deliberative Democracy. *Constellations*, 4, 2, str. 248-263.

**Cooley, Charles H. (1956/1902):** *Social Organization / Human Nature and the Social Order*. Free Press, Glencoe.

**Cooley, Charles Horton (2001/1909):** Razvoj in pomen sporočanja. V: Slavko Splichal (ur.) *Komunikološka hrestomatija 1: Začetki komunikologije v Evropi in ZDA*, str. 147-159. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

**Delanty, Gerard (2004):** *Community*. Routledge, London-New York.

**Dewey, John (1999/1927):** *Javnost in njeni problemi*. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

**Doheny-Farina, Stephen (1996):** *The Wired Neighborhood*. Yale University Press, New Haven-London.

**Erickson, Thomas:** *Social Interaction on the Net: Virtual Community as Participatory Genre*. Na spletu: [http://www.pliant.org/personal/Tom\\_Erickson/VC\\_as\\_Genre.html](http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/VC_as_Genre.html) (20. 12. 1999)

**Etzioni, Amitai (2003):** Are Virtual and Democratic Communities Feasible?. V: H. Jenkins in D. Thorburn: *Democracy and New Media*. MIT Press, Cambridge-Massachusetts-London.

**Fernback, Jan (1999):** There is a There There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity. V: Steven G. Jones (ur.): *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. SAGE Publications Inc., Thousand Oaks-London-New Delhi.

**Fiske, John (1987):** News Readings, News Readers. V: *Television Culture*. Methuen & Co., London.

**Frane, Adam (ur.) (1995):** *Kompendij socioloških teorij*. Študentska organizacija univerze, Ljubljana.

- Friedkin, Noah E. (2004):** Social Cohesion. *Annual Review of Sociology*, 30, str. 409-425.
- Garton, Laura, Caroline Haythornthwaite, Barry Wellman (1999):** Studying On-Line Social Networks. V: Steve Jones (ur.): *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. SAGE Publications, Thousand Oaks-London-New Delhi.
- Giddens, Anthony (1991):** *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press, Stanford.
- Giddens, Anthony (1994):** Living in a Post-Traditional Society. V: Ulrich Beck in drugi: *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Stanford University Press, Stanford.
- Gilbert, Michael C. (2005):** Nonprofits and Weblogs v: *Nonprofit Online News: News on the Online Nonprofit Community*. Na spletu: <http://news.gilbert.org/NPOWeblogs>, 30. 11. 2005.
- Henning, Jeffrey:** *The Blogging Iceberg: Of 4,12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned*. Na spletu: <http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>, 28. 8. 2005
- Herring, Susan C., Lois Ann Schneidt, Sabrina Bonus, Elijah Wright:** *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*. Na spletu: [www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf](http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf) (28. 8. 2005)
- Hiltz, Starr Roxane in Turoff, Muray (1994/1978):** *The Network Nation: Human Communication via Computer*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Horrigan, John B. (2001):** *Online Communities: Networks that nurture long-distance relationships and local ties*. Na spletu: [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Communities\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Communities_Report.pdf) (19. 6. 2005).
- Jaffe, J. Michael (1995):** *Interactive Mass Media and Political Participation*. Na url naslovu: [http://research.haifa.ac.il/~jmjaffe/poli\\_cmc.html](http://research.haifa.ac.il/~jmjaffe/poli_cmc.html) (7. 12. 1999)
- Jones, Steven G. (1999):** *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, Inc.
- Kendall, Lori (1999):** Recontextualizing "Cyberspace": Methodological Considerations for On-line Research. V: Steve Jones (ur.): *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Kiesler, Sara, Sproull, Lee S. (1986):** Response Effects in the Electronic Survey. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 50, strani: 402-413.
- Kočevar, Valentina (2005):** *Verbalno nasilje v interaktivnih forumih (diplomsko delo)*. FDV, Ljubljana,
- Kuhar, Metka (2005):** *Teorije medosebnega komuniciranja, komunikativna kompetentnost in analiza sebstva (doktorska disertacija)*. FDV, Ljubljana.
- Lemus, Daisy R., Seibold, David R., Flanagan, Andrew J., in Metzger, Miriam J. (2004).** Argument and Decision Making in Computer-Mediated Groups. *Journal of Communication*, June 2004, strani: 302-320.
- Markham, Annette N. (1998):** *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Walnut Creek, London, New York, Oxford: Altamira Press.
- Mead, George Herbert (2001/1934):** "Mišljenje in sporočanje." V: Slavko Splichal (ur.) *Komunikološka hrestomatija 1: Začetki komunikologije v Evropi in ZDA*, str. 225-235. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Merelo-Guervós, Juan J., Prieto, Beatriz, Rateb, Fatima, Tricas, Fernando (2005):** *Mapping Weblog Communities*. Na spletu: [http://arxiv.org/PS\\_cache/cs/pdf/0312/0312047.pdf](http://arxiv.org/PS_cache/cs/pdf/0312/0312047.pdf) (20. 6. 2005).

- Miller, Robert L., Ciaran Acton, Deirdre A. Fullerton in John Maltby (2002):** *SPSS for Social Scientists*. New York: Palgrave Macmillan.
- Norris, Pippa (2004):** "The Bridging and Bonding Role of Online Communities." V: Philip N. Howard in Steve Jones (ur.): *Society Online: The Internet in Context*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Oblak, Tanja (1999):** *Družbeni kontekst komunikacijskih tehnologij: podobe "kibernetske družbe" v znanstvenem in popularnem diskurzu (magistrsko delo)*. FDV, Ljubljana.
- Oblak, Tanja (2000):** "Mitske podobe o 'življenju na mreži': od poljubnih identitet do izgubljenih skupnosti v kibernetnem prostoru." *Teorija in praksa*, letnik 37, številka 6, strani: 1052-1068.
- Oblak, Tanja (2003):** *Izzivi e-demokracije*. FDV, Ljubljana.
- Oblak, Tanja in Simon Delakorda (2005):** "Med samopromocijo države in agitacijo nevladnih organizacij?: Analiza slovenske volilne kampanje za Evropski parlament na spletu." V: Simona Kustec Lipicer (ur.): *Politološki vidiki volilne kampanje: Analiza volilne kampanje za Evropski parlament 2004*. FDV, Ljubljana.
- Oblak, Tanja in Gregor Petrič (2005):** *Splet kot medij in mediji na spletu*. FDV, Ljubljana.
- Parsons, Talcott (1951):** *The Social System*. Collier-MacMillan Ltd., New York-London.
- Petrič, Gregor (2003):** *Družbeno delovanje v omrežju svetovnega spleta : individualni in strukturni vidik (doktorska disertacija)*. FDV, Ljubljana.
- Petrovčič, Andraž (2005):** *Deliberativnost komuniciranja v spletnih forumih (diplomsko delo)*. FDV, Ljubljana.
- Postmes, Tom, Spears, Russel, Lea, Martin (1998):** "Breaching or Building Social Boundaries?: SIDE Effects of Computer-Mediated Communication." *Communication Research*, Vol. 25, No. 6, December 1998, strani: 689-715.
- Preece, Jenny (1999).** Emphatic communities: balancing emotional and factual communication. *Interacting with Computers*, No. 12 (1999), strani: 63-77.
- Putnam, Robert D. (2000):** *Bowling Alone: The Colapse and Revival of American Community*. Tuchstone, New York.
- Rainie, Lee (2005):** *The State of Blogging* (poročilo Pew Internet). Na spletu: [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf) (27. 9. 2005).
- Rheingold, Howard (1993):** *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Addison-Wesley Publishing Company, Massachusetts-Taipei.
- Rice, Ronald E. (1984):** "Mediated Group Communication." V: Ronald E. Rice (ur.) *The New Media: Communication, Research and Technology*.
- Schachter, Stanley (1968):** "Social Cohesion." V: David L. Sills (ur.): *International Encyclopedia of Social Sciences*. New York: The Macmillan Company & The Free Press.
- Simmel, Georg (1993/1917):** *Temeljna vprašanja sociologije: Individuum in družba*. Ljubljana: ŠKUC, Filozofska fakulteta.
- Smith, Marc A., Peter Collock (ur.) (1999):** *Communities in Cyberspace*. Routledge, London-New York.
- Splichal, Slavko (1990):** *Analiza besedil*. FDV, Ljubljana.
- Splichal, Slavko (1997):** *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v XX. stoletju*. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Splichal, Slavko (ur.) (2001):** *Komunikološka hrestomatija 1: Začetki komunikologije v Evropi in ZDA*. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

- Stankovič, Peter (1995):** "Georg Simmel (1858-1918)". V: Frane Adam (ur.) *Kompendij socioloških teorij*. Študentska organizacija univerze, Ljubljana.
- Škerlep, Andrej (1995):** "Pierre Bourdieu (1930)". V: Frane Adam (ur.) *Kompendij socioloških teorij*. Študentska organizacija univerze, Ljubljana.
- Škerlep, Andrej (1998):** Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V: Vasja Vehovar (ur.) *Internet v Sloveniji: Projekt RIS 96-98*. FDV, Ljubljana.
- Thompson, John B. (1998/1995):** *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Polity Press v sodelovanju z Blackwell Publishers Ltd., Cambridge-Oxford.
- Tönnies, Ferdinand (1999/1935):** *Skupnost in družba: Temeljni pojmi čiste sociologije*. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Trček, Franc (2003):** *Problem informacijske (ne)dostopnosti*. Center za prostorsko sociologijo FDV, Ljubljana.
- Ule Nastran, Mirjana (2000):** *Sodobne identitete: V vrtincu diskurzov*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Walther, Joseph B. (1996):** "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction". *Communication Research*, 23, 1, strani: 3-43.
- Wellman, Barry, Milena Gulia (1999):** "Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone". V: Marc A. Smith, Peter Collock (ur.): *Communities in Cyberspace*. Routledge, London-New York.
- Wijnia, Elmine (2000):** Understanding Weblogs: a communicative perspective. Na spletu: [http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia\\_understandingweblogs.pdf](http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf) (28. 8. 2005).
- Wilhelm, Anthony G. (2000):** *Democracy in the Digital Age*. Routledge, New York-London.
- Winer, Dave (2002):** "The History of Weblogs" v: *Weblogs.com News: News about the weblogs.com community sites*. Na spletu: <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs> (1. 12. 2005).
- Winer, Dave:** *Scripting News*. Na spletu: <http://www.scripting.com/> (30. 11. 2005). <http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html> (1. 12. 2005).

## ***Priloga A: kodirni list***

### **Kodirni list in navodila za analizo vsebin pri raziskovanju slovenskih blogov**

Analiza poteka v okviru priprave diplomske naloge, v kateri opazujem kohezivnost skupnosti na primeru slovenske blogosfere.

Pregledali bomo **zapise za mesec september 2005** v 93 od približno 250 slovenskih blogov, ki so zbrani na [www.siblogs.com](http://www.siblogs.com). Pišejo jih slovenski avtorji, tuji avtorji, tujci, ki živijo v Sloveniji, ... Zato so blogi pisani v številnih jezikih, najpogosteje pa v slovenskem in angleškem.

Vzorec sem sestavila iz vseh blogov na omenjeni strani, ki so bili **osveženi v obdobju zadnjega meseca** (do vključno 22. oktobra 2005, ko je bil vzorec izdelan). Od 186-ih, ki so ustrezali kriteriju osveženosti, sem izbrala vsakega drugega in ga dodala v vzorec.

V primerih, ko je bilo spletno mesto (blog) nedostopno oz. z napako, ali pa za mesec september ni bilo objavljenih nobenih zapisov, je bil v vzorec vključen naslednji blog po vrsti iz seznama. Enako sem ravnala, kadar je bil kak blog na seznamu v drugem tujem jeziku kot angleškem.

## I/A-Splošno o blogu

- 1) Naslov bloga
- 2) Spletni naslov
- 3) Starost bloga/od leta
- 4) Število zapisov
- 5) Število zapisov s komentarji
- 6) Največje število komentarjev pri posameznem zapisu
- 7) Ali ima opredeljene teme s katerimi se ukvarja oz. je možno področja, ki ga zanimajo, opredeliti na podlagi vsebine ali naslova bloga? Koliko je teh tem?

Vpisujemo vrednosti od 0 naprej (0 pomeni, da teme niso opredeljene oz. jih ni mogoče razbrati).

- 8) Kaj je glavna tema, o čem največ piše?  
Zapišemo ime teme, ki naj bo jasno in kratko (enobesedno), kot npr.: šport, tenis, smučanje, računalništvo, mediji, internet, prosti čas, fotografiranje, likovna umetnost, literarna umetnost, potovanja, ...
- 9) Ali uporablja funkcionalnost "blog-roll" oz. "side-bar", kjer so navedene povezave na druge bloge?  
da=1  
ne=0
- 10) Če je odgovor na prejšnje vprašanje (9.) "da", vpišite, koliko povezav na druge bloge je objavljenih v "blog-roll" oz. "side-bar"?  
(Vpišite 0, če te funkcionalnosti nima.)

## I/B-Splošno o avtorju

- 11) Vzdevek ali ime  
Ali se predstavi z imenom/vzdevkom?  
da=1  
ne=0
- 12) Priimek  
Ali se predstavi s priimkom?  
da=1  
ne=0
- 13) Fotografija: Ali je objavljena avtorjeva fotografija?  
da=1  
ne=0
- 14) E-naslov  
Vpišite e-naslov
- 15) Ali ima objavljeno povezavo do svoje osebne predstavitvene strani?  
da=1  
ne=0
- 16) Spol  
Ženski=Z  
Moški=M



- 17) Starost  
Vpišite letnico rojstva
- 18) (Status) Izobrazba ali poklic  
Vpišite izobrazbo ali poklic, s katerim se predstavlja, kot npr.: študent, dijakinja, profesor, ... Če v profilu nima opredeljenih teh podatkov, skušajte izobrazbo oz. poklic razbrati iz vsebine.
- 19) Vpišite kraj avtorjevega bivanja. Če ne živi v Sloveniji, pripišete tudi državo.

## II/A-Značilnost skupnosti

- 20) Metablog: Objavljeno ima povezavo na [www.siblogs.com](http://www.siblogs.com) ali drug metablog/portal blogov?  
da=1  
ne=0
- 21) Skupina (formalna organiziranost): Ali lahko opredelimo, da je avtor član neke skupine blogerjev - avtorjev, komentatorjev ali bralcev (A-K-B)?  
Pomagajte si z vprašanji od 23. do 26.  
da=1  
ne=0
- 22) Če je odgovor na 20. vprašanje "da", določite, za kakšno skupino (A-K-B) gre. V pomoč imate naštetih nekaj tipov skupin, med katerimi lahko izbirate. Vsekakor pa dodajte poseben tip, če nobeden od naštetih ne ustreza:
- strokovna/poklicna,
  - interesna (hobiji, skupne aktivnosti),
  - fan (TV, film, igralci, ali glasba),
  - navijaška,
  - športna (ekipa ali igralci istega športa),
  - lokalna (krajevna),
  - osebna (enaka osebna prepričanja),
  - medicinska (podobne zdravstvene težave),
  - lifestyle (podoben življenjski stil),
  - politična,
  - verska,
  - etnična/kulturna,
  - sindikalna (delavci).
- 23) Ali pripadnost skupini razberemo na podlagi objavljenih povezav na druge bloge?  
da=1  
ne=0
- 24) Ali pripadnost skupini razberemo na podlagi objavljenih URL-naslova\*, ki je skupen večim blogerjem?  
(\* **URL-naslov** – kadar gre za sorodnost zaradi istega ponudnika orodja za izdelavo bloga, ne moremo sklepati o povezanosti.)  
da=1  
ne=0
- 25) Ali pripadnost skupini razberemo na podlagi sorodne grafične podobe (barve, tipografija/fonti, logotipi in drugi imidži)?  
da=1  
ne=0
- 26) Ali pripadnost skupini razberemo na podlagi vsebine bloga?  
da=1  
ne=0

- 27) Demokratična urejenost: Ali obstajajo pravila (netiketa), ki izražajo, da so si člani (A-K-B) enakovredni, imajo enake komunikacijske pravice v skupnosti?  
da=1  
ne=0
- 28) Obstoj skupnosti zunaj RPK: Ali povezave te skupine, ekipe, organizacije, skupnosti (A-K-B) obstajajo tudi zunaj kibernetnega prostora?  
da=1  
ne=0
- 29) Komunicira z geografsko oddaljenimi posamezniki (zbližuje posameznike iz različnih mest, regij, držav).  
drži=1  
ne drži=0
- 30) Nagrade: Ali kdaj drugemu (komurkoli) izrazi pohvalo, priznanje, ali kakor koli reagira pozitivno?  
da=1  
ne=0

## **II/B-Komunikacijska situacija**

- 31) Ali avtor dopušča mnenja, ki se razlikujejo od njegovega?  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 32) Avtor izraža podporo oz. nudi pomoč drugemu članu (komurkoli).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 33) Avtor skuša spodbujati družabne odnose: vabilo k branju in h komentiranju (kogarkoli). nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 34) Avtor vabi k bloženju/pisanju spletnih dnevnikov (kogarkoli).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 35) Izraža empatijo do posameznikov v težavah (do katerihkoli).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 36) Pritisk k redukciji mnenjskih razlik: Avtor nagovarja (kogarkoli) k sprejemanju nekega mnenja.  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.

- 37) Pritisk k redukciji mnenjskih razlik: Avtor vsaj enkrat spodbuja (kogarkoli) k zavračanju nekega mnenja.  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 38) Deindividuacijske potrebe: Izrazi, da je del homogene skupnosti, oz. so njegovi interes/delovanje/cilji skladni/odvisni od skupnosti, ostalih članov (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.

## II/C-Negativni

- 39) Kazni: Ali kdaj izrazi grajo, prezir, zgroženost, ali kakršno koli negativno stališče do drugega?  
 da=1  
 ne=0
- 40) Vodstvo, centraliziranost, avtokratičnost: Ali se avtor deklarira kot vodja, organizator, pobudnik znotraj skupine blogerjev (A-K-B)?  
 da=1  
 ne=0
- 41) Anonimnost/vidnost: Preštejte in zapišite število pozitivnih odgovorov pri vprašanjih 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 in 19. Pri vprašanjih 14, 16, 17, 18 in 19 "pozitivni" odgovor pomeni, da je podatek, po katerem sprašuje, možno razbrati.  
 Vrednosti bodo torej med 0 in 9.
- 42) Flaming - medsebojno žaljenje: Ali avtor žali druge avtorje ali komentatorje zapisov (npr. idiot, debil, kreten) (kogarkoli)?  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 43) Flaming - spolno nasilje: Ali avtor s seksističnimi izrazi označuje druge uporabnike (npr. glupa pička, potreben/-a) (kogarkoli).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 44) Flaming – vulgarnost: Ali uporablja vulgarizme (npr. rit, kure(a)c, peder, gnoj, ...) (nanaša se na kogarkoli).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 45) Flaming - fizično nasilje: Ali opisuje nasilna dejanja (npr. razbiti gobec, pretepsti) (nanaša se na kogarkoli).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.

- 46) Flaming - vizualno nasilje: Ali uporablja negativne emotikone, velike tiskane črke, kratice ali kake druge simbole, ki izražajo jezo ali nasilje (npr. ŠIT!!!, \$#@%#!#, :S.) (do kogarkoli).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 47) Flaming - flooding/poplavljenje: Ali uporablja zaporedje mnogih vrstic iz enakih znakov/besed, ki se ponavljajo (nanaša se na kogarkoli)?  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.

### III/A Odnos člana do skupnosti

- 48) Zaupanje: Izraža pozitivna, optimistična pričakovanja o prihodnosti/razvoju bloženja/blogosfere/skupnosti?  
 da=1  
 ne=0
- 49) Ali kdaj opozarja na privlačnost aktivnosti za potencialne nove člane?  
 da=1  
 ne=0
- 50) Individuacijske potrebe: Svoja mnenja/pogleda/ideje/ ... predstavi ostalim.  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 51) Ali kdaj navaja informacije iz drugih virov?  
 To pomeni, da navaja novice iz medijev (RTV posnetki, članki), ustvarja povezave na prispevke iz medijev, drugih spletnih mest, portalov, oz. povzema in se sklicuje na prebrano, videno, ali slišano.  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 52) Ali se kdaj nanaša na izkušnje iz drugih skupnosti v kibernetnem prostoru ali zunaj njega?  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 53) Ali kdaj izrazi namen po pisanju bloga tudi v prihodnje?  
 da=1  
 ne=0
- 54) Občutenje skupnosti: Uporablja zaimsek MI (3.os.mn.) in se s tem nanaša na skupnost (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 55) Ekskluzivnost/prestižnost: Izraža zavest o obstoju posebne skupnosti – nasproti drugim skupnostim (A-K-B).  
 drži=1  
 ne drži=0

- 56) Dovzetnost za medosebni vpliv: Po nagovarjanju drugih (A-K-B) sprejme neko mnenje.  
drži=1  
ne drži=0
- 57) In-group prototype (skupinski prototip): Vsaj enkrat izrazi oceno/predstavo o lastnostih skupnosti/njenih članov/delovanju (A-K-B).  
da=1  
ne=0
- 58) Izrazi stereotip ali predpostavko o lastnostih neke druge skupine ali njihovih članih (katerekoli skupine).  
da=1  
ne=0

### III/B Odnos do sočlanov

- 59) Odprtost/kooperativnost: Vsaj enkrat izrazi pripravljenost pomagati drugemu (A-K-B).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 60) Kooperativnost: Izraža pripravljenost sodelovati v skupnih aktivnostih ali pa je celo njihov pobudnik (A-K-B).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 61) Sogovornike/člane nagovarja s pozitivnim, prijateljskim, tonom (A-K-B).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 62) Izraža pozitivna mnenja, predstave o drugih ljudeh (A-K-B).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 63) Posreduje informacije o dogodkih, za katere ni nujno, da je bil vanje vpleten (o katerihkoli dogodkih).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 64) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še prek elektronske pošte ali spletnih forumov (A-K-B).  
nikoli=0  
enkrat=1  
nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.

- 65) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še prek telefona (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 66) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še prek tehnologije VoIP oz. spletne telefonije (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 67) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še prek tehnologije "messenger" (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 68) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še prek klepetalnic (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 69) Socialna distanca/Multipleksnost vezi: Z drugimi avtorji komunicira na več načinov – poleg blogov še neposredno-medosebno (face-to-face) (A-K-B).  
 nikoli=0  
 enkrat=1  
 nekajkrat=2 --> Opazimo od 2-krat do v vključno 30 % zapisov.  
 pogosto=3 --> Opazimo v več kot 30 % zapisov.
- 70) Gostota vzajemnih vezi/odnosov/diad.  
 Ker je možnih več odgovorov, upoštevamo samo tistega z najvišjo vrednostjo.  
  
 Ali obstaja vsaj en član (A-K-B), s katerim si je dopisoval:  
 3=pogosto (pet- ali večkrat),  
 2=nekajkrat (dva- do štirikrat),  
 1=enkrat,  
 0=tak član ne obstaja.
- 71) Lojalnost: Sklicuje se na skupne vrednote (A-K-B), ki jih je treba spoštovati ipd.  
 drži=1  
 ne drži=0
- 72) Izrazi privlačnost skupnosti (A-K-B) oz. veselje do sodelovanja v obstoječih okoliščinah.  
 drži=1  
 ne drži=0
- 73) Izrazi zadovoljstvo in željo po ohranjanju skupnosti (A-K-B), kot je.  
 drži=1  
 ne drži=0

### III/C Negativni

- 74) Izraža nezadovoljstvo s skupnostjo/z vsebinami/dinamiko interakcij (A-K-B)?  
 drži=1

ne drži=0

75) Ali kdaj izrazi namen po prenehanju pisanja konkretnega bloga za vedno?

da=1

ne=0

76) Izrazi željo po preoblikovanju/spremembah/novostih v skupnosti (A-K-B).

drži=1

ne drži=0

## Priloga B: Anketni vprašalnik

Kohezivnost slovenske blogosfere					
<b>A1 Raba interneta</b>					
Na začetku nas zanima, kdaj ste se prvič srečali z internetom in kako pogosto ga uporabljate.					
<b>1: Od katerega leta uporabljate internet.</b>					
Vpišite vaš odgovor:					
<input type="text"/>					
<b>2: Kako pogosto ste v povprečju uporabljali internet v zadnjih 3 mesecih?</b>					
Prosimo, izberite <b>eno</b> izmed možnosti:					
<input type="checkbox"/>	Vsak dan ali skoraj vsak dan.				
<input type="checkbox"/>	Vsaj enkrat na teden (vendar ne vsak dan).				
<input type="checkbox"/>	Vsaj enkrat na mesec (vendar ne vsak teden).				
<input type="checkbox"/>	Manj kot enkrat na mesec.				
<b>A2 Raba interneta</b>					
<b>4: Kako pogosto prek interneta:</b>					
Izberite primeren odgovor za vsako trditev.					
	Dnevno	Tedensko	Mesečno	Občasno	Nikoli
obiskujete klepetalnice (chat)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
obiskujete spletne forume?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
igrate interaktivne računalniške igre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
obiskujete bloge drugih avtorjev?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>5: Kako pogosto aktivno sodelujete (z lastnimi komentarji, predstavitvami, ali akcijo):</b>					
Izberite primeren odgovor za vsako trditev.					
	Dnevno	Tedensko	Mesečno	Občasno	Nikoli
v klepetalnica (chat-room)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v spletnih forumih?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v interaktivnih računalniških igrah?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v blogih drugih avtorjev?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



### A3 Raba interneta: obiskovanje spletnih mest

6: Kako pogosto obiskujete oz. prebirate vsebine naslednjih spletnih mest:

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Dnevno	Tedensko	Mesečno	Občasno	Nikoli
www.rtvsllo.si?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.24ur.com?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.siol.net?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.delo.si?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.dnevnik.si?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.vecer.si?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.mladina.si?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.finance-on.net?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.obala.net?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
slo-tech.com?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.siblogs.com?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7: Vpišite url-naslov spletne strani, ki vam je najljubša.

Vpišite vaš odgovor:

### A4 Raba interneta: izkušnje z blogi

8: Se mogoče spomnite, katerega leta ste prvič naleteli na pojem „(web)blog“?

Vpišite vaš odgovor:

9: Na kakšen način pa ste prvič slišali zanj?

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Sam sem prebral nekaj o tem na spletu.
- Na bloge so me opozorili drugi prijatelji oz. kolegi.
- O tem sem najprej slišal oz. bral v drugih medijih.
- Informacijo sem dobil v šoli oz. službi.

10: Približno koliko drugih blogov redno obiskujete oz. prebirate?

Zapišite okvirno število.

Vpišite vaš odgovor:

11: Kdaj pa ste vi pričeli objavljati svoj prvi blog?

Vpišite leto.

Vpišite vaš odgovor:

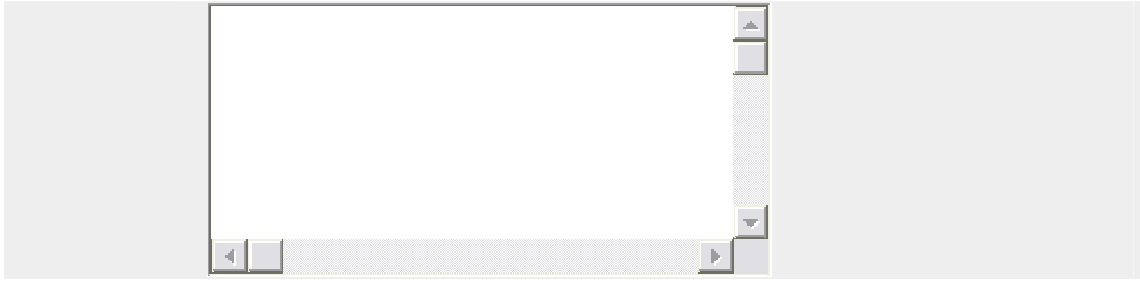
12: V koliko različnih blogih trenutno objavljate svoje zapise? Če v več kot treh, prosimo, zapišite koliko.

V polje zapišite število, koliko blogov urejate, če urejate več kot tri.

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Samo v enem.
- V dveh.
- V treh.
- V več kot treh:

Komentirajte vašo izbiro:



#### A5 Raba interneta: splošno o blogu

Če trenutno objavljate zapise v več blogih, vas prosimo, da se vaši odgovori od tu naprej nanašajo vedno le na tistega, ki je vam osebno najljubši.

#### 13: V povprečju, kako pogosto osvežujete svoj blog?

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Večkrat na dan.
- Enkrat dnevno.
- 2- do 4-krat na teden.
- Vsaj enkrat tedensko.
- 2- do 3-krat na mesec.
- Enkrat mesečno ali redkeje.

#### 14: Izberite 2 (dva) jezika, v katerih najpogosteje pišete v svojem blogu. Na prvem mestu naj bo jezik, v katerem največ pišete, na drugem pa tisti, ki sledi po pogostosti.

Prosimo, oštevičite vsako polje glede na vaše preference od 1 do 9

- Slovenščina.
- Angleščina.
- Nemščina.
- Francoščina.
- Španščina.
- Portugalščina.
- Hrvaščina ali srbščina.
- Latinščina.
- Drugo.

#### 15: Na podlagi komentarjev na vaše zapise (ali statistike o obiskanosti vašega bloga), kaj bi rekli, koliko rednih bralcev/komentatorjev obiskuje vaš blog.

Zapišite okvirno število.

Vpišite vaš odgovor:

### B1 Razlogi za pisanje bloga

16.: Zanima nas, zakaj ste pričeli pisati svoj blog. V kolikšni meri so posamezni razlogi, da ste pričeli pisati svoj blog, veljali za vas osebno?

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.					
	Sploh ne velja zame.	Večinoma NE velja zame.	Ne morem reči, ali velja zame ali ne.	Večinoma velja zame.	Da, popolnoma velja zame.
Ker so ga pisali mnogi moji znanci oz. prijatelji.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker so omogočali učinkovito izmenjavo informacij in mnenj z drugimi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker so se mi blogi, na katere sem naletel/-a na spletu, zdeli zanimivi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker sem želel/-a imeti pregled nad pomembnimi stvarmi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker so me druge zadeve na netu že dolgočasile.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker so blogi pomenili pomemben kontakt z drugimi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Želel/-a sem poskusiti nekaj novega.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker sem svoje izkušnje želel/-a deliti z drugimi ljudmi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker me na sploh zanima vse, kar je novega na spletu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker sem želel/-a ohraniti svoje doživljaje in razmišljanja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker v pisanju preprosto uživam.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ker sem želel/-a pisati svoj dnevnik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B2 Izkušnje s pisanjem in zaupanje v skupnost**

**17: Zanima nas, kakšne so vaše izkušnje z blogi in kaj vam pomenijo. Ocenite, v kolikšni meri našete trditve veljajo za vas.**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.					
	Sploh ne velja zame.	Večinoma NE velja zame.	Ne morem reči, ali velja zame ali ne.	Večinoma velja zame.	Da, popolnoma velja zame.
Blog je zame prostor, kjer lahko jasno in glasno povem, karkoli mi leži na duši.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pisanje bloga je zame pomemben vir sprostitve in zabave.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ne morem se zanesti na to, kar drugi pišejo v blogih, saj je lahko marsikaj izmišljeno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pisanje bloga mi pomaga, da bolje spoznavam sebe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pri pisanju bloga nisem nikoli čisto iskren/-a, saj ne vem, kdo vse ga bo bral.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pogosto komentiranje drugih na moje zapise pomeni, da me ostali blogerji sprejemajo medse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Občutek imam, da me drugi blogerji razumejo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Če imam težave, je včasih dovolj, da jih omenim v blogu, in se že bolje počutim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mislím, da so komentarji drugih na moje zapise v blogu iskreni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vesel/-a sem, ko na svoje zapise v blogih prejmem veliko komentarjev.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B3 Povezanost v skupnosti**

**18: Zdaj pa nas zanima vaš odnos do drugih blogerjev. Ocenite, v kolikšni meri našete trditve veljajo za vas.**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Sploh ne velja zame.	Večinoma NE velja zame.	Ne morem reči, ali velja zame ali ne.	Večinoma velja zame.	Da, popolnoma velja zame.
Redno prebiram bloge, do katerih imam objavljene povezave.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Med blogerji, ki berejo prispevke drug od drugega, se ustvarja posebna vez.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zdi se mi, da me pisanje bloga povezuje s svetom.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lahko bi rekel/-la, da smo z nekaterimi blogerji skorajda prijatelji.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medtem ko urejam blog, pazim, da ne izdam preveč stvari o sebi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z nekaterimi blogerji smo kot ekipa, ki dobro sodeluje.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Včasih imam občutek, da moram nekaj napisati, ker to dolgujem bralcem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pri pisanju pazim, da z zapisi ne bi preveč jezil/-a drugih.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pred objavo kakšnega svojega zapisa si skušam predstavljati, kako bodo bralci razumeli moje besede.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pisanje drugih blogerjev se mi zdi v veliki meri zanimivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Po navadi sem pozoren/-a, kako se izražam v zapisih.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Včasih sem namenoma provokativen/-a, da bi bralce vzpodbudil/-a h komentiranju.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B4 Krepitev vezi in premoščanje razlik**

**19: Podobno kot prej, nas zanimajo odnosi znotraj skupnosti blogerjev.**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Sploh ne velja zame.	Večinoma NE velja zame.	Ne morem reči, ali velja zame ali ne.	Večinoma velja zame.	Da, popolnoma velja zame.
Večinoma prebiram bloge avtorjev, ki jih tudi osebno poznam (npr. sorodnikov, prijateljev, sošolcev).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blog je popolnoma zasebna stvar, zato mi je prav malo mar, kaj si o njem mislijo drugi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pisci blogov, ki jih običajno prebiram, se mi zdijo simpatični.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čar pisanja in prebiranja blogov je v tem, da spoznavam ljudi z različnimi mnenji.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pogosteje prebiram tiste avtorje, s katerimi se tudi sam strinjam.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tisti, ki običajno komentirajo moje zapise, se večinoma strinjajo z mano.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raje prebiram bloge, ki govorijo o različnih temah.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raje imam, da ljudje, ki se ne strinjajo z mano, ne berejo mojih prispevkov, kot pa da mi v komentarjih nenehno oporekajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Običajno prebiram bloge avtorjev, ki živijo na različnih koncih sveta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lahko bi rekel/-a, da prek bloga spoznavam ljudi iz številnih slovenskih krajev.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**21: Ocenite, s koliko blogerji, ki jih poznate prek spleta, ste se srečali tudi že iz oči v oči?**

Prosimo, izberite eno izmed možnosti:

- Z nobenim.
- Z manj kot tretjino.
- S polovico.
- Z dvema tretjinama.
- Praktično z vsemi.

**B5 Pogled na razvoj in prihodnost interneta**

**22: Kakšna pa so vaša pričakovanja glede razvoja svetovnega spleta in blogov? Ocenite, v kolikšni meri se strinjate z naštetimi trditvami.**

*Izberite primeren odgovor za vsako trditev.*

	Sploh se ne strinjam.	V glavnem se NE strinjam.	Ne morem reči, ali se strinjam ali ne.	V glavnem se strinjam.	Popolnoma se strinjam.
Blogi postajajo vedno pomembnejša alternativa poročanju klasičnih medijev.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Razvoj in popularnost blogov sta odvisna od napredka na področju novih tehnologij.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogi so le modni trend, ki bo prej ali slej zamrl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogi nikoli ne bodo izpodrinili vloge, ki jo imajo pri širjenju informacij velike medijske hiše.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljudje bodo vedno večji del zasebnega življenja preživljali v skupnostih blogerjev.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prihodnost blogov je odvisna predvsem od mlajših uporabnikov interneta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V Sloveniji blogi nikoli ne bodo dosegli popularnosti, kot jo imajo v ZDA.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogi so le trenutno popularni načini preživljanja prostega časa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pričakujemo lahko, da bo vedno več strokovnih/poklicnih združenj izkoriščalo prednosti blogov pri širjenju znanja, razvoju in povezovanju idej.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**C1 Povezava z internetom, strojna in programska oprema**

**23: Katere vrste internetnih povezav uporabljate (predvsem kadar urejate blog)?**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Da	Ne	Ne vem
Modem (klicni dostop prek običajne telefonske linije).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ISDN.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DSL (ADSL, xDSL).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostop prek kableskega omrežja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
UMTS širokopasovna mobilna povezava.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ozkopasovna mobilna povezava (npr. WAP, GPRS, ipd.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drugo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**24: S kakšno hitrostjo običajno dostopate do interneta (predvsem kadar urejate blog)?**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Da	Ne	Ne vem
56 kb/s ali manj.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57 do 256 kb/s.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
257 do 512 kb/s.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
513 do 1024 kb/s.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1025 do 2048 kb/s.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2049 kb/s ali več.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**25: S kakšnim računalnikom večinoma urejate svoj blog?**

Prosimo, izberite eno izmed možnosti:

- Osebni računalnik.
- Prenosnik (laptop).
- Drugo.

**26: Kateri operacijski sistem uporabljate:**

Vpišite vaš odgovor:

**27: Prek katerega brskalnika najpogosteje dostopate do vsebin na internetu?**

Prosimo, izberite eno izmed možnosti:

- Internet Explorer
- Mozilla Firefox
- Opera
- Netscape
- Drugo



## C2 Orodja in elementi bloga

**28: Zanima nas, kako ste izdelali svoj blog. V polje spodaj-desno pa zapišite tudi katero orodje (program) ste uporabili.**

Prosimo, v polje zgoraj zapišite tudi, s katerim orodjem je bil vaš blog izdelan.

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

Eno od javno dostopnih orodij za enostavno izdelavo bloga, brez programiranja (npr. Blogger, Ednevnik, Voljablok, ...). Zapišite katero:

Blog sem sprogramiral sam, s pomočjo programov:

Blog je posebej zame sprogramiral nekdo drug, s pomočjo programov:

Komentirajte vašo izbiro:

**29: Katere od naštetih elementov objavljate na svojem blogu?**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Da	Ne	Ne vem
Blog-roll, side-bar oz. poseben seznam povezav na druge bloge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besedila	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fotografije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avdio posnetke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video posnetke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tematske opredelitve zapisov (post-ov)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Povezavo do <a href="http://www.siblogs.com">www.siblogs.com</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spletne oglase (oglasne pasice ali banner-je ipd.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svoje osebno ime	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svoj priimek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svoj e-naslov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kraj bivanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**30: Zanima nas tudi, ali spremljate novice na drugih blogih in obiskanost vašega bloga.**

Izberite primeren odgovor za vsako trditev.

	Da	Ne	Ne vem
Ali uporabljate katerega od sistemov "sindikacije", ki vam omogočajo, da ste nenehno v stiku z novostmi na blogih, ki jih spremljate (na primer RSS feed ali Atom)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali na svojem blogu uporabljate katerega od sistemov "sindikacije", s čimer drugim omogočate, da so nenehno v stiku z novostmi na vašem blogu (na primer RSS feed ali Atom)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali uporabljate kak program za spremljanje statistik o obiskanosti vašega bloga?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## D Demografija

**32: Vprašali bi vas še po nekaj osebnih podatkih ... Katero stopnjo izobrazbe ste doslej dosegli?**

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Brez šolske izobrazbe oz. nepopolna osnovna izobrazba, 1–3 razredi.
- Nepopolna izobrazba, 4–7 razredov osnovne šole.
- Zaključena osnovna šola.
- Nižja ali srednja poklicna izobrazba.
- Srednja strokovna izobrazba.
- Srednja splošna izobrazba (gimnazija).
- Višja strokovna izobrazba, višješolska izobrazba.
- Visoka strokovna izobrazba.
- Visoka univerzitetna izobrazba.
- Specialistična povisokošolska izobrazba, magisterij, doktorat.

**33: Kakšen je vaš sedanj status?**

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Zaposlen.
- Samozaposlen.
- Kmetovalec.
- Otrok, učenec, dijak, študent.
- Upokojenec.
- Pomagajoč družinski član.
- Brezposeln.
- Gospodinja/-ec.
- Drugo.

**34: Vpišite mesto ali kraj, v katerem živite.**

Če ste npr. študent in živite "na več koncih", vpišite kraj, od koder najpogosteje urejate blog.

Vpišite vaš odgovor:

**35: Leto rojstva.**

Vpišite vaš odgovor:

**36: Spol**

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

- Ženski
- Moški

### E Končne opombe

**37: Ali dovolite, da vas ponovno povabimo k sodelovanju, če se izkaže, da bi potrebovali še kakšno informacijo? Če se strinjate, vpišite še svoj elektronski naslov.**

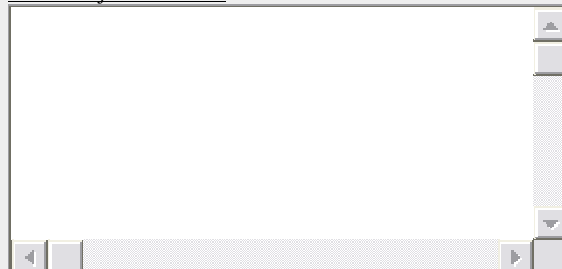
Elektronski naslov vpišite v zgornje polje.

Prosimo, izberite **eno** izmed možnosti:

Da, lahko me povabite k sodelovanju.

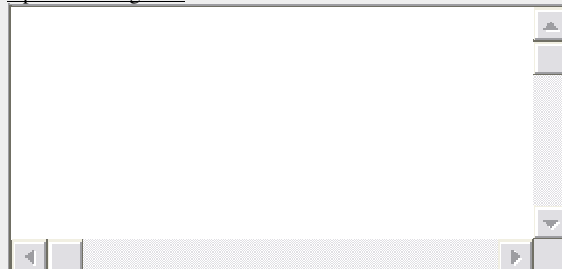
Ne želim več sodelovati.

Komentirajte vašo izbiro:

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin border. It contains no text. On the right side, there are three small, vertically stacked square buttons with downward-pointing arrows. On the bottom left and bottom right corners, there are small square buttons with left and right-pointing arrows, respectively, indicating a scrollable area.

**38: Če menite, da smo izpustili kak podatek, ki se vam zdi pomemben in ste ga pripravljene zapisati, ali pa želite podati svoje mnenje o anketi, vam je na voljo spodnje polje.**

Vpišite vaš odgovor:

A large, empty rectangular text area with a light gray background and a thin border. It contains no text. On the right side, there are three small, vertically stacked square buttons with downward-pointing arrows. On the bottom left and bottom right corners, there are small square buttons with left and right-pointing arrows, respectively, indicating a scrollable area.