

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Perko Valič

**Medsebojni odnosi med člani spletnih socialnih omrežij**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Perko Valič

Mentor: izr. prof. dr. Gregor Petrič

**Medsebojni odnosi med člani spletnih socialnih omrežij**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

*“If I have been able to see farther than others, it was because I stood on the shoulders of giants.”*

*Sir Isaac Newton*

## **Medsebojni odnosi med člani spletnih socialnih omrežij**

Spletna socialna omrežja so postala nedvomno nov, nepogrešljiv prostor medosebnega komuniciranja in družbenega delovanja, v katerem se lahko povezujemo z življenji drugih oseb. Zanj je značilno, da se prepleta in staplja (integrira) s »fizičnim življenjem«. V diplomskem delu sem se osredotočila na socialni kapital kot pomemben vidik oziroma kakovost medsebojnih odnosov. Povezanost rabe interneta in socialnega kapitala smo ugotavljali na podlagi metaanalize dostopnih empiričnih študij v znanstveni literaturi, ki so obravnavale povezanost rabe spletnih socialnih omrežij in interneta na splošno ter socialnega kapitala. S pomočjo analize znanstvenih člankov, ki na podlagi kvantitativne metodologije obravnavajo povezanost rabe spletnih socialnih omrežij in interneta na splošno s socialnim kapitalom, smo ugotovili, da pojmovanje socialnega kapitala še zdaleč ni poenoteno – ne v literaturi ne v raziskavah, ki so proučevale njegovo povezanost z rabo interneta. Socialni kapital je pojmovan kot kompleksen, večdimenzionalen konstrukt, zato so v različne raziskave vključeni različni indikatorji, s katerimi so ga poskušali meriti. Rezultati raziskav o povezanosti interneta in socialnega kapitala tako niso poenoteni. Poznejše raziskave pa dokaj enotno zaključujejo, da kljub različnim teoretičnim izhodiščem in teoretično-metodološkim nastavkom obstaja splošno ugotovljena pozitivna soodvisnost med uporabo spletnih socialnih omrežij in socialnim kapitalom.

**Ključne besede:** *socialna omrežja, medsebojni odnosi, socialni kapital, konceptualizacija socialnega kapitala, merjenje socialnega kapitala.*

## **Interpersonal relations between members of online social networks**

Online social networks have undoubtedly become a new and indispensable space for interpersonal communication and social action. This new space that enables us to connect to the lives of other people typically intertwines and melts (integrates) with "physical life". The thesis focuses on social capital as an important aspect attesting to the quality of interpersonal relations. The connection between the use of the internet and social capital was explored on the basis of meta-analysis of existing empirical scientific studies that deal with the relationship between the use of social networks, the internet in general and social capital. We analysed scientific articles examining the connection between the use of online social networks and the internet in general to social capital in line with quantitative methodology. Our findings suggest that social capital is anything but a uniform notion in literature and research on this topic. Social capital is perceived as a complex multi-dimensional construction. As a result, different pieces of research involve different indicators for measuring social capital, which means that research results on the connection between the internet and social capital are not unified. However, more recent research show quite similar results because they generally find a positive correlation between the use of online social networks and social capital, although their theoretical bases and theoretical and methodological approaches differ significantly.

**Keywords:** *social network, interpersonal relations, social capital, conceptualisation of social capital, measuring social capital.*

## KAZALO

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA .....</b>	<b>9</b>
2.1.1	Pregled Facebooka .....	15
<b>3</b>	<b>MEDOSEBNI ODNOSI IN SOCIALNI KAPITAL .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>SOCIALNI KAPITAL .....</b>	<b>21</b>
3.1.1	Socialni kapital kot »družbena« ali »individualna« korist .....	21
3.1.2	Viri socialnega kapitala .....	22
3.1.3	Ravni socialnega kapitala .....	24
3.1.4	Povezovalni in premostitveni socialni kapital .....	25
3.1.5	Konceptualna izhodišča proučevanja socialnega kapitala na ravni eksternih in internih relacij .....	27
3.1.6	Merjenje socialnega kapitala .....	31
3.1.6.1	Dimenzije socialnega kapitala .....	31
3.1.6.2	Struktura in kakovost socialnih odnosov .....	32
<b>4</b>	<b>ŠTUDIJE INTERNETA IN SOCIALNEGA KAPITALA.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1</b>	<b>PREGLED RAZISKAV NA TEMO SOCIALNEGA KAPITALA IN INTERNETA .....</b>	<b>34</b>
<b>4.2</b>	<b>Sinteza ugotovitev analiziranih raziskav.....</b>	<b>45</b>
<b>5</b>	<b>SKLEPI IN ZAKLJUČEK .....</b>	<b>48</b>
<b>6</b>	<b>LITERATURA .....</b>	<b>54</b>

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1.1: Pregled najbolj obiskanih spletnih socialnih omrežij.....	<b>13</b>
Tabela 1.2: Pregled eksternih in internih opredelitev socialnega kapitala.....	<b>28</b>
Tabela 1.3: Konceptualizacija merjenja socialnega kapitala v okviru omrežij in norm .....	<b>33</b>
Tabela 2.1: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta .....	<b>39</b>
Tabela 2.2: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta .....	<b>41</b>
Tabela 2.3: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta .....	<b>43</b>

## **KAZALO SLIK**

Slika 1.1: Ravni socialnega kapitala.....	<b>25</b>
Slika 1.2: Dimenzije socialnega kapitala .....	<b>32</b>
Slika 3.4: Uporaba Facebooka in zadovoljstvo z življenjem .....	<b>49</b>
Slika 3.5: Uporaba Facebooka in samospoštovanje .....	<b>50</b>

# 1 UVOD

Hitro razvijajoče se komunikacijske tehnologije nam ponujajo nove prostore, kjer se medosebni odnosi lahko vzpostavljajo in vzdržujejo. Vendar pa kljub morebitni selitvi medosebnih odnosov v spletni prostor njihovo bistvo ostaja enako, in to je »povezanost življenj«, kot jih lahko označimo (Giddens v Ule 2009, 317).

Spletna socialna omrežja so postala nov, nepogrešljiv prostor medosebnega komuniciranja in družbenega delovanja, v katerem se lahko povezujemo z življenji drugih oseb. Zanj je značilno, da se prepleta in staplja (integrira) s »fizičnim življenjem«. Spletna socialna omrežja so dandanes globoko zakoreninjena v vsakdan uporabnika po vsem svetu, vendar njihova priljubljenost še vedno eksponentno raste. Kako je uporaba spletnih socialnih omrežij dejansko vpeta v naš vsakdanjik in v vse širšo uporabo, najlažje ponazorimo s podatki, ki se nanašajo na najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje Facebook. Po celem svetu ima že skoraj milijardo in pol aktivnih uporabnikov. Več kot 750 milijonov se jih prijavi na Facebook dnevno. V letu 2015 v primerjavi z letom 2014 beležijo kar 12% povečanje uporabnikov Facebooka (Statistic brain, 2015), pri čemer jih je po podatkih s spletne strani Internet World Stats v Sloveniji več kot 850.000 (Internet World Stats, 2015). Pomembno vlogo pri intenzivnem širjenju uporabe spletnih socialnih omrežij imajo predvsem hitro razvijajoče se nove tehnologije, ki omogočajo, da spletne skupnosti postajajo sestavni del našega družbenega življenja. T. i. Splet 2.0 nudi nove možnosti za artikulacijo individualne in kolektivne družbene moči s še večjo možnostjo vključevanja v medijsko ustvarjanje in kulturno sporočanje (Jarrett 2008). Poleg tega je temeljni vidik Spleta 2.0 platforma, ki uporabnikom omogoča ohranjanje družbenih odnosov in ponuja prostor za izražanje, zbiranje in vključevanje kolektivne inteligence. Tehnologija Splet 2.0 tako ponuja izboljšave predvsem na področju participacije uporabnikov, interaktivnosti, razgibanosti, prijaznejših spletnih vsebin in aplikacij, ki združujejo podatke različnih storitev. Prav zato je Splet 2.0 omogočil nastajanje različnih spletnih skupnosti, v katerih lahko uporabniki hitro in brez težav najdejo informacije, ki jih zanimajo, ali so del spletnih skupnosti, kjer lahko s svojimi somišljeniki delijo svoje ideje, občutke in zanimanja (Jarrett 2008). Družbeno delovanje je zato vse bolj prisotno tudi na spletnih socialnih omrežjih. Na podlagi skupnih interesov nastanejo skupnosti, znotraj katerih se med člani oblikujejo medsebojni odnosi in posledično tudi socialni kapital.

Spletna socialna omrežja so vse bolj priljubljen prostor družbenega delovanja, zato lahko opazimo tudi vse večje zanimanje za raziskave, ki proučujejo povezanost uporabe spletnih socialnih omrežij z medsebojnimi odnosi z vidika socialnega kapitala. Prav to povezanost, odnos med spletnimi socialnimi omrežji in socialnim kapitalom, bom tudi sama podrobneje proučevala. Zanima me predvsem vpliv uporabe spletnih socialnih omrežij na uporabnikovo socialno omrežje v realnem svetu. Pri tej tematiki se mi zastavlja tudi vprašanje, ali je čas, ki ga ljudje preživijo na spletu, povezan z naraščanjem ali upadanjem socialnega kapitala; kaj se dogaja s posameznikovimi socialnimi vezmi v fizičnih skupnostih, medtem ko krepi ali oblikuje nove socialne vezi v spletnem svetu. Namen diplomskega dela je prikazati, kakšne posledice in vlogo imajo spletna socialna omrežja pri posameznikovem socialnem kapitalu.

Analizo osnovnega raziskovalnega vprašanja, ki se nanaša na povezanost rabe spletnih socialnih omrežij in socialnega kapitala, bom naredila na osnovi metaanalize dostopnih empiričnih študij v znanstveni literaturi, ki so obravnavale povezanost rabe spletnih socialnih omrežij in interneta na splošno s socialnim kapitalom.

V prvem poglavju bom pojme, kot so medosebni odnosi in socialni kapital, najprej teoretično opredelila. Prikazala bom poglede različnih avtorjev. Nato sledi del, kjer se bom posvetila raziskavam, ki proučujejo socialni kapital v okviru uporabe interneta. Povezanost interneta in socialnega kapitala bom raziskovala na podlagi ugotovitev, zbranih v različnih raziskavah o odnosih med ljudmi in novimi tehnologijami. Sledi poglavje, kjer bom opravila sintezo že narejenih raziskav o omenjeni temi.



## 2 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

Pierre Omidyar, ustanovitelj eBaya, je v enem izmed intervjujev spregovoril o moči spletnih skupnosti in predstavil zelo zanimivo stališče, v katerem izpostavlja pomen internetnih tehnologij za medsebojne odnose in socialni kapital:

»We have technology, finally, that for the first time in human history allows people to really maintain rich connections with much larger numbers of people. It used to be, your connected group was really your immediate community, your neighborhood, your village, your tribe. The more we connect people, the more people know one another, the better the world will be« (Pierre v Hof 2005).

Na začetku poglavja o spletnih socialnih omrežjih se osredotočam na terminologijo in razvoj poimenovanja »spletna socialna omrežja«, ki ga uporabljam tudi v nadaljevanju in s katerim označujem vse oblike spletnih skupnosti, temelječih na socialnih omrežjih. V prvem obdobju interneta se je sicer najprej uporabljal izraz »virtualne skupnosti«, ki so se prelevile in nadgradile do take mere, da poimenovanje ni več najbolj ustrezno. Strokovnjaka Petrič in Petrovčič sta namreč zapisala: »Za začetno obdobje interneta je značilen izraz virtualna skupnost, ko pa je postalo jasno, da te skupnosti le niso tako virtualne, temveč so tesno prepletene z drugimi družbenimi konteksti, tudi neposredovanimi, se je zanje začelo pogosteje uporabljati druga poimenovanja, pri čemer je najpogostejše [...] spletne skupnosti« (Petrič in Petrovčič 2008, 46).

O prepletanju virtualne in fizične realnosti je podobno ugotavljal že Škerlep, ki pravi: »S samo širitvijo digitalnih komunikacij se bo naše družbeno življenje podvojilo: na ene strani bomo še naprej neposredno komunicirali s soljudmi v fizični realnosti, na drugi strani se bo velik del našega medosebnega, skupinskega, organizacijskega in množičnega komuniciranja prenesel v podatkovni prostor oziroma kiberprostor, s čimer bo t. i. virtualna resničnost postala konstitutivni del naše vsakdanje družbene resničnosti« (Škerlep 1998, 54).

Podobno stališče, da spletne skupnosti postajajo del našega družbenega življenja in da je ločnica vse bolj zabrisana, je zaslediti tudi v eni od Petričevih izjav, ko pravi:

*Ločnica med realnim in virtualnim morda sploh ni več ustrezna. Raziskovalci interneta so zelo kritični do nje. Posredovani svet, kot mu pravim, je prav tako realen*

*kot vsakdanje življenje, saj imajo naše dejavnosti v Second lifu realne posledice za nas in za druge. Če me kdo v Second lifu sprašuje, zakaj imam veliko glavo, to vpliva name, na spraševanje o moji identiteti. Za nove generacije postajajo ti servisi tako normalni, kot je zame nošenje očal. So del vsakdanjih rutin in vsakdanjega sporazumevanja (Petrič 2008).*

Pomembno ugotovitev o spletu kot družabnem omrežju ponujata tudi raziskovalca Oblak in Petrič: »Če obravnavamo zunanje spletne povezave kot vrsto družbenih odnosov in spletna mesta kot družbene akterje, potem hitro pridemo do ugotovitve, da je svetovni splet omrežje družbenih akterjev in vzpostavljenih odnosov med njimi. Splet zato upravičeno štejemo za družbeno omrežje« (Oblak in Petrič 2005, 152).

Sedaj se osredotočimo na pojem spletna socialna omrežja. Strogo tehnično gledano jih lahko opredelimo kot »spletno storitev, ki omogoča posameznikom izgradnjo javnega ali poljavnega profila v omejenem sistemu, kjer uporabniki oblikujejo seznam oseb, s katerimi delijo povezave, in imajo (v)pogled v svoj seznam stikov in tistih, ki jih imajo drugi uporabniki znotraj sistema. Narava in nomenklatura teh povezav se lahko razlikuje od omrežja do omrežja« (Boyd in Ellison 2007, 211). Če povzamemo zgoraj izbrano opredelitev, spletna socialna omrežja prvenstveno omogočajo, da ustvarimo navzven viden model, pri katerem so vidni stiki, ki jih vzpostavljamo z drugimi. Za tovrstna spletna socialna omrežja je prav tako značilno, da jih lahko nenehno dopolnjujemo in razširjamo. Boyd in Ellison v svojem članku z naslovom »Spletna socialna omrežja« diferencirata spletna socialna omrežja glede na različne motive za uporabo:

*Večina spletnih socialnih omrežij podpira vzdrževanje že obstoječih socialnih omrežij, medtem ko druga pomagajo neznancem najti povezavo, ki temelji na skupnih interesih, političnih stališčih ali dejavnostih. Nekatera spletna mesta oblikujejo različne ciljne skupine, druga pritegnejo ljudi, ker temeljijo na skupnem jeziku ali se združujejo v skupine na podlagi rasnih, spolnih, verskih prepričanaj ali državljanstva na podlagi identitete. Spletna socialna omrežja se razlikujejo tudi glede na to, v kolikšni meri vključujejo nova informacijska in komunikacijska orodja, kot so mobilna povezljivost, blogging in foto/video orodja (Boyd in Ellison 2007, 210).*

Boyd in Ellison se v zgornji opredelitvi spletnih socialnih omrežij že nekoliko dotakneta različnih vrst socialnih vezi in posledično različnih oblik socialnega kapitala, ki jih te prinašajo. Predpostavljata namreč, da večina spletnih socialnih omrežij podpira vzdrževanje že obstoječih močnih socialnih vezi, ki so značilne za vezivni (ang. *bonding*) socialni kapital. Haythornthwaite prav tako poudarja, da spletna socialna omrežja omogočajo vzdrževanje že prej obstoječih socialnih vezi:

*Tisto, kar naredi spletna socialna omrežja tako edinstvena, ni v tem, da posameznikom omogočajo spoznavanje z neznanci, ampak da uporabnikom omogočajo oblikovanje socialnega omrežja in da je hkrati socialno omrežje vidno tako uporabniku kot ostalim. To lahko privede do povezav med posamezniki, ki se sicer drugače ne bi ustvarile, vendar to vseeno ni pogost cilj spletnih socialnih omrežij, saj so te povezave pogosto ustvarjene med tistimi, ki si že delijo prej ustvarjeno realno povezavo (Haythornthwaite v Boyd in Ellison 2007, 211).*

Boyd in Ellison takšno stališče sprejemata in zato v svojem delu nadaljujeta: »Na večini spletnih socialnih omrežij udeleženci zato primarno ne iščejo novih ljudi za spoznavanje, ampak predvsem za potrebe komuniciranja z ljudmi, ki so že del njihove razširjene socialne mreže« (Boyd in Ellison 2007, 211). Spletna socialna omrežja služijo torej predvsem sohrananjanju stikov z ljudmi, ki jih poznamo tudi osebno in ne samo prek spleta. Po drugi strani pa dodajata tudi, da spletna socialna omrežja vendarle omogočajo tudi vzpostavljanje novih socialnih vezi, značilnih za premostitveni (ang. *bridging*) socialni kapital.

*Spletne strani, namenjene interesnim skupnostim, še vedno obstajajo in uspevajo, medtem ko se spletna socialna omrežja posvečajo predvsem ljudem in ne interesom. Začetne spletne skupnosti, kot so Usenet in različni javni forumi, ki služijo za razpravo, so sestavljene po temah in aktualni hierarhiji, medtem ko so spletna socialna omrežja strukturirana kot osebna ali »egocentrična« omrežja, s posameznikom v središču svoje skupnosti. To natančneje odraža družbene strukture, kjer »je svet sestavljen iz omrežja in ne skupine« (Wellman v Boyd in Ellison 2007, 219).*

Wellman se v zgornji opredelitvi neposredno že naveže na socialni kapital, saj spletna socialna omrežja opredeli kot »egocentrična« omrežja, značilna za premostitveni tip (ang.

*bridging*) socialnega kapitala, ki temeljijo na posameznikovi koristi. Ellison, Steinfield in Lampe (2007) na podlagi rezultatov raziskav in analiz podobno ugotavljajo, da se Facebook uporablja predvsem za ohranjanje že obstoječih odnosov. Prijateljske odnose na Facebooku večinoma označujejo t. i. šibke vezi,<sup>1</sup> značilne za premostitveni socialni kapital. Tovrstne raziskave so proučevale, kako se spletne interakcije povezujejo z odnosi, ustvarjenimi v fizičnem svetu. Podobne ugotovitve zasledimo tudi v raziskavi v okviru organizacije Pew Research Center, ki je ugotovila, da je večina (89 %) uporabnikov med prijatelje na Facebooku dodala ljudi, ki so jih dejansko srečali v živo več kot enkrat (Hampton in drugi 2011). Prav tako so izsledki v okviru druge raziskave organizacije Pew Research Center pokazali, da je v ZDA za približno dve tretjini uporabnikov spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, Twitter in LinkedIn, glavni razlog za uporabo spletnih socialnih omrežij ohranjanje stikov s trenutnimi prijatelji in družinskimi člani. Približno polovica uporablja spletna socialna omrežja za povezovanje s prijatelji, s katerimi so že izgubili stik (Aaron 2011). Z naštetimi ugotovitvami se skladajo tudi izsledki iz novejših raziskav v okviru ameriške organizacije Pew Research Center, ki se je osredotočila na najstnike, njihovo uporabo tehnologije in njen vpliv na prijateljstvo. V njej poročajo, da velika večina (94 %) najstnikov uporablja spletna socialna omrežja za povezovanje z obstoječimi prijatelji (Lenhart in drugi 2015). Odkrili so zelo pomembne izsledke: najstniki se zaradi spletnih socialnih omrežij počutijo bolj povezane s svojimi prijatelji, njihovim čustvenim doživljanjem in vsakodnevnim življenjem. Spletna socialna omrežja jim nudijo tudi prostor, kjer lahko prejemajo emocionalno podporo v težkih časih (Lenhart in drugi 2015). S težnjo posameznika po povezovanju z drugimi in njegovo željo po čustveni podpori lahko vsaj deloma pojasnimo pogosto uporabo socialnih omrežij in njihovo vpetost v naš vsakdan.

V okviru raziskave organizacije Pew Research Center o uporabi spletnih omrežij v letu 2014 zasledimo, da število uporabnikov Facebooka še naprej raste, medtem ko vsakodnevna uporaba drugih spletnih socialnih omrežij kaže le malo sprememb. Baza uporabnikov Facebooka je zelo aktivna, od leta 2013 je opazno znatno povečanje dnevni uporabnikov. Leta 2013 je dnevno uporabljajo Facebook 63 % uporabnikov, leta 2014 že 70 %, medtem ko 45 % obišče Facebook večkrat dnevno. Beležimo tudi značilno naraščanje odraslih uporabnikov, ki so člani dveh ali več spletnih socialnih omrežij. Leta 2013 je bilo takšnih 42

---

<sup>1</sup> Z izrazom »šibke vezi« označujemo vezi, ki so značilne za poznanstva in ponujajo povezave med različnimi vrstami posameznikov. Za ljudi, ki imajo več šibkih vezi, je značilno, da imajo s tem širši nabor informacij. Granovetter (1973) ta pojav imenuje »moč šibkih vezi«.

%, leto dni pozneje pa že 52 % odraslih. Pri tistih, ki uporabljajo samo eno socialno omrežje, ostaja Facebook najbolj priljubljen (Duggan in drugi 2015). V Sloveniji je v spletna socialna omrežja vključenih skupno okoli 581.000 ljudi, starih od 16 do 74 let, ali 51 % uporabnikov interneta. Večina jih je spletna družabna omrežja uporabljala vsak dan ali skoraj vsak dan (70 %). Največ uporabnikov interneta, ki so sodelovali v družabnih omrežjih, je bilo med osebami, starimi od 16 do 24 let (90 %) in od 25 do 34 let (71 %) (Statistični urad Republike Slovenije 2015).

V spodnji tabeli so razvrščena najbolj obiskana spletna socialna omrežja glede na mesečni obisk (april 2016).

**Tabela 1.1: Pregled najbolj obiskanih spletnih socialnih omrežij**

Mesto	Stran	Št. mesečnih obiskovalcev <sup>2</sup>
1	Facebook	1,100,000,000
2	Twitter	310,000,000
3	Linkedin	255,000,000
4	Pinterest	250,000,000
5	Google Plus+	120,000,000
6	Tumblr	110,000,000
7	Instagram	100,000,000
8	VK	80,000,000
9	Flickr	65,000,000
10	Vine	42,000,000
11	Meetup	40,000,000
12	Tagged	38,000,000
13	Ask.fm	37,000,000
14	MeetMe	15,500,000
15	ClassMates	15,000,000

Vir: ebizmba (2016).

V zgornji tabeli je prikazanih 15 najbolj obiskanih spletnih socialnih omrežij, razvrščenih glede na število vseh mesečnih obiskovalcev. Najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje je po pričakovanjih Facebook. Število njegovih uporabnikov se iz dneva v dan še vedno eksponentno povečuje, zagotovo tudi na račun ostalih spletnih socialnih omrežij.

Spletna socialna omrežja v letu 2015 v ZDA uporablja skupno 65 % odraslih: 76 % uporabnikov interneta, med katerimi je nekoliko več žensk, uporabnikov, starih od 18 do 29

---

<sup>2</sup> Pri številu mesečnih obiskovalcev (ang. *Unique visitors*) ni pomembno, kolikokrat so obiskali spletno stran v določenem mesecu. Takšen način se običajno uporablja tudi za določanje priljubljenosti spletne strani.

let, uporabnikov z višjo stopnjo izobrazbe in višjim dohodkom. Število tistih, ki uporabljajo spletna socialna omrežja, se je od leta 2008 skoraj podvojilo; višja je tudi njihova starost (Perrin 2015).

Ellison in drugi so zapisali, da spletna socialna omrežja, kot so na primer Facebook, Twitter ali LinkedIn, posameznikom omogočajo, da predstavijo sebe, artikulirajo svoja socialna omrežja in vzpostavljajo ali vzdržujejo povezave z drugimi. Te strani lahko delimo glede na različne usmeritve: nekatere so povezane z delom posameznika (npr. LinkedIn.com), druge omogočajo povezovanje posameznikov s skupnimi interesi, kot so glasba, politika (npr. Facebook, YouTube, Pinterest ali Meetmeup), ali pa združujejo študentsko populacijo (npr. ClassMates, izvirni namen Facebooka). Udeleženci lahko uporabljajo te spletne strani za interakcijo z ljudmi, ki jih že poznajo v realnem svetu, ali z njihovo pomočjo spoznavajo nove ljudi. Spletno socialno omrežje Facebook svojim uporabnikom omogoča, da se s pomočjo spletnega profila predstavijo, pridobivajo prijatelje, pišejo objave in si ogledujejo profile drugih uporabnikov. Člani Facebooka se lahko pridružijo tudi spletnim skupinam, ki temeljijo na skupnih interesih. Lahko vidijo, kaj imajo skupnega s svojimi prijatelji, na primer hobije, interese ali glasbeni okus, prav tako pa lahko na profilih pregledujejo tudi romantična razmerja in statute (Ellison in drugi 2007).

Papacharissi s pomočjo primerjalne analize treh spletnih socialnih omrežij – vsem dostopnega Facebooka, poslovno usmerjenega LinkedIna in ekskluzivnega ASmallWorlda, namenjenega samo članom – poudarja:

*Pri opredelitvi spletnega socialnega omrežja je potrebno upoštevati tri stopnje meril, ki veljajo za spletna socialna omrežja. Na predhodni stopnji opredelimo spletno socialno omrežje s pomočjo kriterijev, ki jih določa za članstvo. Na sekundarni ravni se opredelitev spletnih socialnih omrežij nanaša na preglednost omrežja, katerega oblikujejo protokoli, ki določajo dostop do zasebnih informacij, tako za člane kot nečlane omrežja. Na terciarni ravni potekajo določitve nadzora nad prikazom podatkov, ki omogočajo uporabnikom, da lahko z njihovo pomočjo oblikujejo strukturo, preglednost ter izgled svojega profila (Papacharissi 2007, 207).*

Papacharissi tako ponuja zanimiv koncept spletnih socialnih omrežij:

*Spletno socialno omrežje Facebook lahko označimo kot nekakšen arhitekturni ekvivalent rastlinjaku, saj ima javno odprto strukturo, v kateri veljajo ohlapnejše vedenjske norme in je na razpolago obilico orodij, katere člani uporabljajo kot pokazatelje drug drugemu. Nasprotno LinkedIn in ASmallWorld določata strožje kriterije, ki so v skladu z etično usmerjenostjo posameznega spletnega socialnega omrežja in ponujajo manj prostora za spontano interakcijo in generacijo omrežja (Papacharissi 2007, 199).*

Med raziskovalci obstajata dve nasprotni hipotezi o tem, na koga ima internet pozitivnejše učinke: na ekstrovertirane ali na introvertirane ljudi. Hipoteza, da »bogati postanejo še bogatejši«, napoveduje, da bodo tisti, ki so zelo družabni in imajo obstoječo socialno podporo, še pridobili. S pomočjo interneta namreč lahko socialne stike vzdržujejo in še okrepijo. Nasprotno hipoteza »socialne kompenzacije« napoveduje, da bodo z internetnim komuniciranjem več pridobili introvertirani ljudje, saj bodo lahko uporabili nove možnosti za komuniciranje (Kraut in drugi 2002, 58). Že večina zgodnjih raziskav o spletnih socialnih omrežjih predpostavlja, da spletna socialna omrežja osvobajajo posameznike, saj se z njihovo pomočjo povezujejo z drugimi ljudmi izven že obstoječih družbenih skupin ali lokacij. Prav tako lahko tudi oblikujejo skupnosti na podlagi skupnih interesov, v nasprotju z geografskimi omejitvami (Wellman v Ellison in drugi 2007, 1144.). Bistvena značilnost te zgodnje raziskave je bila predpostavka, da kadar sta se spletno in fizično socialno omrežja prekrivala, se je virtualnost stapljala v resničnost (ang. *online to offline*). Čeprav je to zgodnje delo priznalo načine, v katerih se fizično in spletno omrežje medsebojno stapljata, predpostavljamo, da se tak način razmišljanja ne sme uporabljati za današnja spletna socialna omrežja, ki so strukturirana predvsem tako, da artikulirajo obstoječe povezave in omogočajo ustvarjanje novih (Ellison in drugi 2007).

### **2.1.1 Pregled Facebooka**

Danes najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje, ustanovljeno leta 2004, uporabnikom v osnovi omogoča ohranjanje starih prijateljstev in vzpostavljanje novih poznanstev. Facebook omogoča številne »storitve«, med najbolj priljubljenimi in osnovnimi sta dodajanje fotografij, ki jih lahko tudi komentiramo in na katerih označujemo (ang. *tag the photo*) ljudi, ter pisanje na zid (ang. *wall*), kjer lahko objavljamo svoje misli, pišemo komentarje, ocenjujemo, ali nam je nekaj všeč ali ne in podobno. Prav tako je na tej strani omogočeno tudi pogovarjanje (ang. *chatting*) med prijatelji, pošiljanje zasebnih sporočil in pridruževanje različnim skupinam.

Lahko dodajamo tudi video posnetke in uporabljamo oziroma pošiljamo raznovrstne aplikacije, med najbolj popularnimi so npr. kvizi, ustvarjanje dogodkov (ang. *events*) ter uporaba družbenega koledarja, ki nas opozarja na rojstne dneve prijateljev ali na pomembne dogodke. Facebook uporabnikom primarno omogoča oblikovanje t. i. spletnega socialnega omrežja, ki pomaga ohranjati stike med prijatelji ali vzpostavljati nova poznanstva. Na spletni strani Facebooka je napisano njegovo poslanstvo, da daje ljudem moč, da lahko delijo in s tem soustvarjajo bolj odprt in povezan svet. Ljudje uporabljajo Facebook, da ostanejo povezani s prijatelji in družino, da odkrivajo, kaj se dogaja po svetu, ter da delijo in izražajo tisto, kar je zanje pomembno (Facebook 2015).

Spletna stran ima tako po celem svetu že skoraj milijardo in pol aktivnih uporabnikov, 874 milijonov mobilnih uporabnikov. Več kot 750 milijonov uporabnikov se prijavi na Facebook dnevno. V letu 2015 v primerjavi z letom 2014 beležijo 12% povečanje uporabnikov. Povprečen uporabnik ima 130 prijateljev, na spletni strani za enkratni obisk porabi približno 18 minut. Polovica uporabnikov (48 %), starih od 18 do 34 let, pregleda Facebook, ko se zbudi. Slaba tretjina (28 %) uporabnikov, starih od 18 do 34 let, pregleda Facebook, preden gre spat (Statistic brain 2015). Facebook je še vedno najbolj priljubljena platforma spletnega socialnega omrežja, saj jo uporablja že kar dve tretjini (71 %) odraslih uporabnikov interneta (starih več kot 18 let) in 58 % celotne populacije (Duggan in drugi 2015). Uporaba Facebooka je vse pogostejša tudi pri starejših odraslih (uporabnikih, starih 65 let in več). 56 % uporabnikov interneta, starih 65 let in več, uporablja Facebook, kar predstavlja 31 % vseh starejših (starih 65 let ali več). 2013 je bilo starejših, ki so uporabljali Facebook, 45 %, konec leta 2012 pa 35 % (Duggan in Brenner 2013).

Kako je uporaba Facebooka dejansko živa oziroma vpeta v naš vsakdanjik in vse širšo uporabo, lahko ponazorimo s spodnjimi podatki.

#### **Na Facebooku na povprečen dan:**

- 15 % uporabnikov posodobi svoj status,
- 22 % komentira objavo ali status drugih uporabnikov,
- 20 % komentira fotografije drugega uporabnika.
- 26 % klikne gumb »všeč mi je« (ang. »like«) za vsebine, ki so jih objavili drugi uporabniki,
- 10 % pošlje drugemu uporabniku zasebno sporočilo (Hampton in drugi 2011).



Na podlagi izsledkov raziskave, ki je bila izvedena leto dni pozneje, je bilo mogoče poleg tega ugotoviti še, da povprečen uporabnik Facebooka prejme več od svojih prijateljev na Facebooku, kot jim sam da. K temu naj bi pripomogla skupina »težkih uporabnikov« Facebooka, za katere je značilno, da določene aktivnosti na Facebooku uporabljajo na znatno višji ravni in tako prispevajo veliko več kot tipičen uporabnik Facebooka.

- 63 % uporabnikov je v obdobju raziskave prejelo vsaj eno povabilo za prijateljstvo.
- 40 % uporabnikov je poslalo povabilo za prijateljstvo.
- Preučevani uporabniki so v času raziskave 14-krat mesečno kliknili gumb »všeč mi je« (ang. »like«), medtem ko so od prijateljev 20-krat prejeli tovrstne povratne informacije.
- Enako velja tudi za poslana zasebna sporočila. Mesečno naj bi uporabniki v omenjeni raziskavi prejeli 12 zasebnih sporočil, poslali pa naj bi jih 9.
- Uporabnike prijatelji večkrat označijo na fotografijah, kot to storijo sami. Približno 35 % uporabnikov je bilo označenih na fotografiji, le 12 % pa jih je označilo prijatelja na fotografiji.

### 3 MEDOSEBNI ODNOSI IN SOCIALNI KAPITAL

Najprej si pogledjmo, kaj so pravzaprav medosebni odnosi in kakšen pomen imajo v našem življenju. Ule je o medosebnih odnosih napisala naslednje: »Medosebni odnosi so posledica trajnejših, ponavljajočih se interakcij med dvema ali več osebami, ki temeljijo na zaupnosti, naklonjenosti, privrženosti (lojalnosti) do drugega in tudi empatiji do drugih oseb v odnosu« (Ule 2004, 224). Pozneje je opredelitev še nekoliko dopolnila: »Medosebni odnosi so strukture in dogajanja, ki izvirajo iz vsakdanjih interakcijskih situacij in komunikacijskih dogodkov, ki odnose vzpostavljajo in potrjujejo. Vendar imajo medosebni odnosi svoj pomen, ki presega vsakokratne učinke socialnih interakcij, saj živijo obenem v simbolni, materialni in psihološki stvarnosti« (Ule 2009, 316).

»V odnosih gre torej za to, da svoja življenja povezujemo z življenji bližnjih oseb, gre torej za »povezanost življenj« (Giddens v Ule 2009, 317). Ljudje smo socialna bitja, ki za svoj obstoj vsaj večinoma potrebujemo medosebne odnose. Težnja po druženju z ostalimi ljudmi nas tako na neki način prisili, da v življenju oblikujemo različne vrste medosebnih odnosov. Ule pravi: »Seveda je potreba po odnosih pri različnih osebah lahko večja ali manjša, vendar ni nihče brez nje. Posredni dokaz za to trditev so tudi težke negativne posledice nezaželene izoliranosti in osamljenosti človeka, ki so psihologom in drugim raziskovalcem dobro znane – dvom vase, neznosno dolgočasje, izguba samospoštovanja in prepričanja vase, depresije« (Ule 2009, 353).

Forgas je med dejavnike, ki vzbujajo potrebo po druženju, uvrstil potrebo po pozitivnem ovrednotenju sebe v očeh drugih ljudi, potrebo po sodelovanju, lažjem preživljanju stresnih situacij v družbi (skupnem prenašanju bolečine in nesreč), delitvi zaupanja, solidarnosti, varnosti, sreče z drugimi (Forgas v Ule 2009, 353).

Uletova meni, da se medosebni odnosi razvijajo v petih fazah:

- **Izbira** je proces, v katerem izberemo tiste ljudi, s katerimi želimo stopiti v interakcijo.
- **Pogajanje** označuje stopnjo interakcije z medsebojno skladnostjo (kontingenco), torej s ponavljajočimi se sekvencami interakcij, kjer partnerji že nastopajo z definiranimi pričakovanji, kaj naj vsak od njih daje in dobi v interakciji.
- **Sporazum** je v spoznanju vseh udeležencev, da je zanje v dani situaciji bolj ugodno, če se sporazumejo, kot če se kar naprej pogajajo za definicijo razmerja. Če lahko

ljudje svoje – sicer različne – cilje dosežejo le s skupnim dogovorom, potem je motivacija za kooperacijo še večja.

- **Zadolžitev** je stanje, ki nastane na določeni stopnji intenzivnosti interakcije, ko je sporazum dosežen, ko so vloge in pravila definirana in predvsem ko partnerji začutijo, da so vpleteni v življenje drugega, da so si bolj ali manj naklonjeni in da prevzemajo zadolžitve v odnosu.
- **Institucionalizacija** pomeni simbolizacijo odnosa. Najpomembnejša oblika simbolizacije so norme, ki jih prevzemata oba partnerja. Funkcionalno so pomembne za odnos, ker reducirajo potrebo po neposrednem, neformalnem in osebnem angažiranju v odnosu (Ule 2004, 225–226).

Uletova še dopolnjuje, da je za vzdrževanje odnosa bistvenega pomena njegova okrepitev oziroma **vzpostavitev temeljnega zaupanja**. To dosegamo s socialno-psihološkimi dogodki, kot so nudenje medsebojne pomoči, izkazovanje solidarnosti, naklonjenosti, medsebojnega spoštovanja (Ule 2004, 225).

Sedaj se osredotočimo na medosebne odnose, ki se oblikujejo s pomočjo elektronsko podprtih komunikacijskih orodij. Najprej pogledjmo, kaj je tisto, kar nas privlači pri spletnih socialnih omrežjih, kakšne so potrebe po njihovi uporabi in kaj nam omogočajo. Petrič je zapisal:

*Nekateri imajo zelo instrumentalne motive, na primer potrebo po informiranju ali izobraževanju, drugi po druženju, tretji po samoizražanju, nekateri po eksperimentiranju s svojo samopodobo, tako da je težko podati splošno oceno. Ti prostori so bolj učinkoviti za uresničevanje tistih motivov, ki jih v siceršnjem življenju težje uresničimo, v Second lifu je namreč socialni prag precej nižji. Zelo primerni so tudi za preizkušanje družbenih odzivov, kar je zanimivo tudi za tiste, ki imajo v vsakdanjem življenju zadržke pri vstopanju v odnos (Petrič 2008).*

Petrič torej poudarja, da spletna socialna omrežja omogočajo posamezniku tudi preizkušanje, kaj je v družbi sprejemljivo in kaj ne, kar je pozitiven prispevek še zlasti pri tistih, ki imajo težave pri vzpostavitvi odnosa. V nasprotju s prej napisanim zgodnji raziskovalci posredovanega komuniciranja opozarjajo na pomanjkanje neverbalnih dejavnikov, ki so značilni za uporabo pri neposrednem komuniciranju iz oči v oči (ang. *face to face*) in s katerimi izražamo čustva, vloge ter služijo za ohranjanje medosebnega spoštovanja in dostojanstva. Prve raziskave tako postrežejo z ugotovitvami, da je posredovano komuniciranje

vedno neosebno, saj je socialna navzočnost nenadomestljiva (Culnan in Markus v Ule 2009, 401). Medtem ko so poznejši raziskovalci prepričani, da lahko s posredovanim komuniciranjem ustvarimo bolj osebno komuniciranje, ki celo presega ravni medosebnosti pri komuniciranju iz oči v oči (Walther in Parks v Ule 2009, 403–404).

Parks je opredelil prednosti, ki lahko odlikujejo nekatere vrste posredovanega komuniciranja v primerjavi s komuniciranjem iz oči v oči:

- *Uporabniki posredovanega komuniciranja so razbremenjeni, ker lahko o svojih težavah spregovorijo z nekom, ki jih osebno ne pozna in je daleč od njih.*
- *Posredovano komuniciranje zaradi anonimnosti povečuje možnost izogibanja stigmatizaciji. Še zlasti je pomembno za tiste, ki v svojem okolju ne najdejo oseb, s katerimi bi razvijali odnose, in za pripadnike obrobni skupin.*
- *Zdi se, da je posredovano komuniciranje bolj prijazno za tiste, ki imajo težave pri vzpostavljanju neposrednih odnosov, omogoča namreč preprostejše vstopanje v odnose in izstopanje iz njih kot pri neposrednih medosebnih odnosih.*
- *Pogosto je lažje dobiti nasvet ali podporo od kakega anonimnega člana podporne skupine kot od oseb, ki so sicer fizično okrog nas, pa nimajo časa; tu velja izrek »internet nikoli ne spi«, saj vedno lahko računamo na to, da so nekje na svetu potencialni dajalci podpore (Walther in Parks v Ule 2009, 404).*

Prvi dve opredelitvi sta sicer v nasprotju z večino današnjih spletnih socialnih omrežij, za katere ni značilna anonimnost. Ule poudarja, da medosebne odnose v virtualnih okoljih produciramo načeloma enostavno, medtem ko za realne odnose potrebujemo več truda in časa (Ule 2009).

## 3.1 SOCIALNI KAPITAL

V zadnjih dveh desetletjih smo priča visoki stopnji zanimanja za koncept socialnega kapitala, saj je postal eden najbolj priljubljenih konceptov, ki mu je uspelo preiti iz socioloških znanstvenih teorij tudi v vsakdanje laično razglabljanje. Uporaba koncepta se je razširila na različna družbena področja. To ima lahko tudi negativne posledice, saj se je socialni kapital razvil v nekakšno »zdravilo« za vse, ki se zaradi vsesplošne rabe pojavlja v najrazličnejših kontekstih in lahko prav zato tudi izgubi svoj pravi pomen (Portes 1998, 2).

### 3.1.1 Socialni kapital kot »družbena« ali »individualna« korist

Kilpatrick in drugi (2003, 419) ugotavljajo, da obstaja široko soglasje, da je socialni kapital vir, ki temelji na odnosih med ljudmi. V nadaljevanju trdijo še, da se večina definicij osredotoča na članstvo v omrežjih in na norme, ki usmerjajo njihove interakcije. Te ustvarjajo sekundarne značilnosti, kot sta znanje in zaupanje, ki nato olajšata vzajemnost in sodelovanje. Zaradi zelo razširjenega konteksta razumevanja in prekrivanja različnih interpretacij, kaj je socialni kapital, na osnovi podobnega pristopa različne opredelitve socialnega kapitala razdelijo v dve glavni skupini, ki ju poimenujejo »družbena korist« in »individualna korist«.

Skupni imenovalec prve skupine je, da je socialni kapital **»družbena korist«**:

- a) značilnosti družbene organizacije, kot so omrežja, norme in socialno zaupanje, ki pospešujejo usklajevanje in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi (Putnam 1995, 67);
- b) norme in omrežja, ki omogočajo ljudem, da delujejo kolektivno (Woolcock in Narayan 2000, 3);
- c) produkt socialnih interakcij s potencialom, ki lahko prispeva k socialni, državljanski ali ekonomski blaginji celotne skupnosti (Falk in Kilpatrick 2000, 23).

V drugi skupini opredelitev je socialni kapital označen kot **»individualna korist«** (Kilpatrick in drugi 2003, 420):

- a) socialni kapital je posebna vrsta sredstev na voljo udeležencu. Definiran je s svojo funkcijo. To ni ena sam entiteta, ampak razpon različnih entitet, ki sta jim skupna dva elementa, in sicer: vsi so sestavljeni iz nekega vidika družbene strukture in pospešujejo določena dejanja posameznikov znotraj strukture (Coleman 1988, 98);

- b) agregat dejanskih ali potencialnih resursov, povezanih s posredovanjem trajnih omrežij bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznanstva in prepoznavanja. Ali z drugimi besedami: s članstvom v skupini, ki vsakemu od članov zagotavlja podporo kolektivno posredovanega kapitala, »priporočilo«, ki daje pravico do zaupanja v različnih pomenih besede (Bourdieu 1986/1997, 51).

### **3.1.2 Viri socialnega kapitala**

Poenostavljeno lahko rečemo, da se ekonomski kapital nahaja na bančnih računih ljudi, človeški kapital v njihovih glavah in socialni kapital v strukturi njihovih odnosov. Da ima posameznik socialni kapital oziroma da lahko razpolaga z njim, mora biti povezan z drugimi osebami, ki so dejanski vir njegove koristi. Motivacija in pogoji posameznikov, da drugim osebam omogočajo razpolaganje z lastnimi sredstvi socialnega kapitala, niso enotni. Na najširši ravni je možno razlikovati med konzumatornimi in instrumentalnimi motivi, ki spodbudijo ljudi, da drugim omogočajo izkoriščanje prednosti (Portes 1998, 7).

Adler in Kwon sta kljub najrazličnejšim opredelitvam, kaj je socialni kapital in kaj so njegovi viri, uspela oblikovati nabor najpogosteje navedenih virov socialnega kapitala: omrežja, norme, prepričanja, formalna pravila in zaupanje (Adler in Kwon 2000, 97).

#### **a) Omrežja**

Nekateri avtorji se osredotočajo na socialna omrežja posameznikov, skupin in organizacij kot na ključni vir socialnega kapitala, saj gre pri njem za odnose med posamezniki in skupinami. Raziskovalci, ki izpostavljajo kot temeljni vir socialnega kapitala omrežja, menijo, da socialna omrežja vplivajo na posameznikov socialni kapital tako po neposrednih kot po posrednih vezeh, omogočenih na podlagi celotne strukture širšega omrežja (Adler in Kwon 2000, 97).

#### **b) Norme**

Veliko število raziskovalcev meni, da socialni kapital temelji predvsem na normah. Osredotočajo se predvsem na normo splošne vzajemnosti. Ta rešuje probleme kolektivnega delovanja in hkrati povezuje skupnosti. Akterje preoblikuje iz

egocentričnih posameznikov s šibkim občutkom dolžnosti do drugih v člane skupnosti s skupnimi interesi in občutkom za skupno dobro (Adler in Kwon 2000, 99).

**c) Prepričanja**

V odsotnosti skupnih prepričanj ali skupnih ciljev je težko razumeti, zakaj in kako bi ljudje lahko sodelovali. Raziskovalci, ki postavljajo skupna prepričanja kot temeljni vir socialnega kapitala, menijo, da socialni kapital izhaja iz razpoložljivega sistema skupnih prepričanj, ki udeležencem omogoča, da med seboj komunicirajo o svojih zamislih in skupnih izkušnjah. Takšna komunikacijska sredstva omogočajo skupen pogled na svet, vizijo in pričakovanja, ki se oblikujejo med ljudmi, kar posledično olajša njihovo skupno delovanje (Adler in Kwon 2000, 99).

**d) Formalna pravila**

Formalne institucije in pravila posredno močno vplivajo na socialni kapital – tudi na njegove predhodno omenjene prve tri vire. Lahko imajo tudi pomemben neposreden učinek. Prvič, formalne institucije in pravila lahko oblikujejo strukturo omrežij in vsebino vezi. Avtorji ugotavljajo, da formalna organizacija oblikuje in določa veliko neformalnih organizacij, saj velikokrat prihaja z neprostovoljno izbranih položajev. Tak vpliv formalne strukture na strukture socialnih omrežij vpliva na socialni kapital. Drugič, formalne institucije in pravila lahko vplivajo tudi na norme in prepričanja. Tako lahko upravičeno domnevamo, da je zakonodaja o civilnih pravicah prispevala k vzpostavitvi in sprožitvi procesa, ki je sicer zapleten in protisloven v učinkih, saj je zakonodaja o civilnih pravicah vodila ne le k zmanjšanju obsega rasne segregacije v ameriških socialnih omrežjih, ampak tudi k neposrednemu zmanjšanju razširjenosti rasističnih norm in prepričanj, ki so prispevala k povečanju socialnega kapitala ameriške družbe (Adler in Kwon 2000, 100).

**e) Zaupanje**

V literaturi najdemo precej zmede v razmerju med zaupanjem in socialnim kapitalom. Nekateri raziskovalci namreč enačijo zaupanje s socialnim kapitalom, drugi ga označujejo kot vir ali obliko socialnega kapitala. Adler in Kwon menita, da se zaupanje konceptualno razlikuje od socialnega kapitala in da je lahko oboje – tako vir kot tudi učinek (Adler in Kwon 2000, 101). Pozitivno korelacijo med zaupanjem in socialnim kapitalom lahko vsaj delno pojasnimo z dejstvom, da trije viri socialnega

kapitala vplivajo tudi na zaupanje. Medosebno zaupanje je rezultat poznavanja, skupnih norm, kalkulativnega zaupanja in je podprto z zaupanjem v sistem. Zato obstaja tesna povezava med viri zaupanja in viri socialnega kapitala. Poznavanje kot vir zaupanja se nanaša na osrednjo značilnost vezi znotraj omrežja kot vira socialnega kapitala; skupne norme se pojavljajo kot dejavnik obeh, kalkulativno zaupanje temelji na skupnih prepričanjih, medtem ko je vloga zaupanja v sistem blizu vlogi, pripisani formalnim pravilom in institucijam v konstituciji socialnega kapitala (Adler in Kwon 2000, 102).

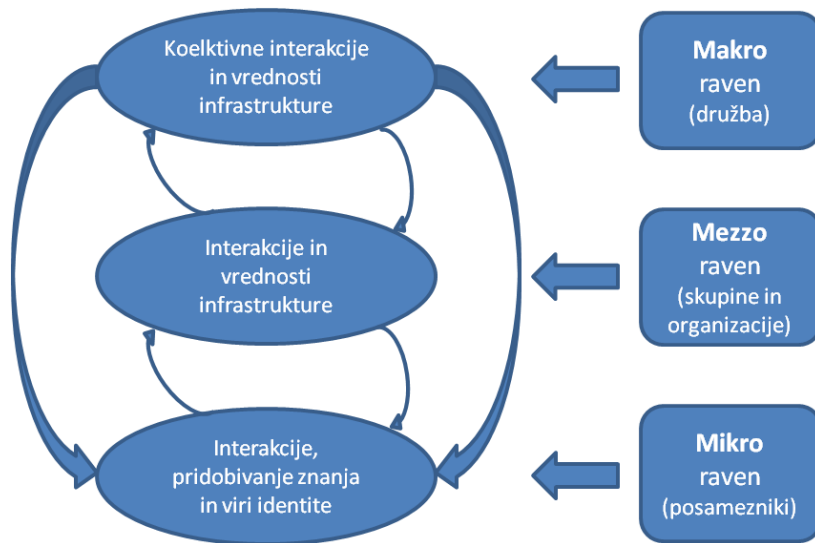
Raziskovalca Adler in Kwon dodajata še, da je ključno za razumevanje socialnega kapitala ločevanje med različnimi vrstami družbenih struktur. Tako pravita, da se viri socialnega kapitala nahajajo kot ostali viri v družbeni strukturi, v kateri živi udeleženec. Socialni kapital lahko ločimo od drugih vrst sredstev zaradi posebne razsežnosti socialne strukture; gre namreč za vir, ki je na voljo akterjem, vendar je odvisen od njihovih družbenih odnosov. Konceptualno lahko ločimo tri dimenzije družbenih struktur; vsaka je značilna za različna razmerja: (1) **tržni odnosi**, v katerih se izdelki ali storitve zamenjujejo za denar; (2) **hierarhični odnosi**, v katerih se pokorščina oblasti zamenjuje za materialno in duhovno varnost; (3) **družbeni odnosi**, v katerih se izmenjujejo usluge in darila (Adler in Kwon 2002, 18).

### 3.1.3 Ravni socialnega kapitala

Falk in Guenther razlikujeta med tremi ravnmi socialnega kapitala, in sicer med mikro, mezo in makro ravnjem. Slika 1.1 prikazuje njuno konceptualizacijo socialnega kapitala na ravni družbe, skupnosti in posameznika, ki zajema pretok znanja in identiteto sredstev med vsemi tremi ravnmi socialnega kapitala (Falk in Guenther 1999, 9).



**Slika 1.1 Ravni socialnega kapitala**



Vir: Falk in Guenther (1999, 9).

Iz zgoraj povedanega lahko rečemo, da na makro ravni socialni kapital zajema celotno družbo, za katero je značilno družbeno delovanje. Na mezzo ravni socialni kapital opredeljujemo v skupini in organizacijah, medtem ko je na mikro ravni socialni kapital značilen za posameznika in njegove interakcije.

### 3.1.4 Povezovalni in premostitveni socialni kapital

Socialni kapital po Putnamu se nanaša na značilnosti družbene organizacije, kot so omrežja, norme in socialno zaupanje, ki pospešujejo usklajevanje in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi (1995, 67). Razlikuje med premostitvenim (ang. *brindging*) in povezovalnim (ang. *bonding*) socialnim kapitalom.

Williams poudarja, da se nekatera omrežja in družbena delovanja kvalitativno razlikujejo od drugih, kar pomeni tudi različne vrste in ravni socialnega kapitala. Putnamov koncept premostitvenega in povezovalnega socialnega kapitala predvideva v okviru različnih norm in omrežij tudi različne vrste socialnega kapitala. Obe vrsti socialnega kapitala sta povezani, vendar nista enakovredni, medsebojno se ne izključujeta, sta »poševni« in ne »pravokotni« ena na drugo.

- a) Po Putnamu (2000) je t. i. **premostitveni** družbeni kapital vključujoč, saj se ustvarja, ko posamezniki iz različnih okolij vzpostavljajo povezave med socialnimi omrežji.

Zanje so značilni le površinski odnosi; manjkajočo globino nadomestijo s širino. Posamezniku premostitveni socialni kapital lahko razširja socialna obzorja, odpira nove poglede na svet možnosti za podatke ali nove vire informacij. Na drugi strani pa zagotavlja nizko stopnjo čustvene podpore (Putnam v Williams 2006, 596).

- b) Nasprotno je t. i. **povezovalni** socialni kapital lahko izključujoč, saj se vzpostavlja, ko si močno povezani posamezniki, kot so družina ali tesni prijatelji, nudijo čustveno ali materialno podporo. Za tovrstne povezave med posamezniki so značilna bolj homogena socialna omrežja; osebne povezave so močnejše. Posamezniku zato povezovalni socialni kapital zagotavlja močno čustveno in materialno podporo ter omogoča mobilizacijo. Njegova pomanjkljivost se kaže v domnevni izoliranosti in izven skupine (Putnam v Williams 2006, 596).

V konceptualiziranju premostitvenega in povezovalnega socialnega kapitala se je Putnam dotaknil tudi sociološkega dela Marka Granovetterja, ki ugotavlja, da je študija o iskalcih zaposlitve ponazoritev šibkih in močnih vezi oziroma odnosov. Granovetter je s pomočjo študije ugotovil, da med najbolj uspešnimi iskalci zaposlitve ni bilo tistih, ki so imeli najmočnejše vezi, kar izhaja iz Putnamovega povezovalnega socialnega kapitala. Dejstvo je, da so bili uspešnejši iskalci zaposlitve tisti z množico šibkejših razmerij, ki izvirajo iz premostitvenega socialnega kapitala. Znotraj različnih vrst odnosov v okviru socialnih omrežij torej lahko predvidevamo tudi različne vrste socialnega kapitala. V primeru šibkih vezi prihaja do premostitvenega socialnega kapitala; šibkejšje vezi vodijo do večjega števila različnih ljudi v različnih življenjskih situacijah ter posledično nudijo širši nabor informacij in priložnosti. Granovetter ta pojav imenuje »moč šibkih vezi« (Granovetter v Williams 2006, 597).

Premostitveni in povezovalni vrsti socialnega kapitala moramo dodati še tretjo vrsto, in sicer »vzdrževalni socialni kapital«.

- c) Skupina raziskovalcev Ellison, Steinfield in Lampe je namreč predstavila t. i. koncept **vzdrževalnega** socialnega kapitala (ang. *maintained social capital*), ki posameznikom omogoča ohranjanje socialnih povezav (Ellison in drugi 2007).

### **3.1.5 Konceptualna izhodišča proučevanja socialnega kapitala na ravni eksternih in internih relacij**

V okviru socialnega kapitala so bile predstavljene številne definicije različnih avtorjev. Posledično se kaže težava tudi v sami konceptualizaciji socialnega kapitala, saj smo priča tako podobnim kot tudi zelo nasprotujočim se opredelitvam.

Zato bom v nadaljevanju uporabila sistematično razvrstitev, ki sta jo razvila raziskovalca Adler in Kwon (glej tabela 1.2). Osredotočila sta se na različne vrste relacij, ki potekajo v družbenem okolju. Različne definicije socialnega kapitala sta razdelila v tri različne skupine:

- (1) zunanje (eksterne) relacije:** poudarjeni so predvsem odnosi, ki jih posameznik vzdržuje z drugimi akterji;
- (2) notranje (interne) relacije:** struktura odnosov med akterji znotraj skupnosti;
- (3) zunanje in notranje relacije:** prepletanje obeh vrst povezav (Adler in Kwon 2002, 19).

**Tabela 1.2: Pregled eksternih in internih opredelitev socialnega kapitala:**

Vrsta relacij:	Avtorji:	Opredelitev socialnega kapitala
<b>Eksterna skupina opredelitev</b>	Baker (1990)	Socialni kapital opredeljuje kot vir, ki ga posamezniki pridobijo iz socialnih struktur in ga uporabljajo za doseg lastnih ciljev.
	Belliveau, O'Reilly in Wade (1996)	Socialni kapital opredelijo kot posameznikovo osebno omrežje in elitno institucionalno pripadnost.
	Bourdieu (1985)	Socialni kapital opredeljuje kot agregat dejanskih ali potencialnih virov, ki so povezani s posedovanjem trajnih omrežij bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznavanja in prepoznavanja.
	Burt (1992)	Socialni kapital opredeli kot prijatelje, kolege in splošne odnose, preko katerih, posameznik pridobi priložnosti za uporabo finančnega in človeškega kapitala.
	Portes (1998)	Socialni kapital opredeljuje kot sposobnost posameznikov, da dosežejo koristi s članstvom v socialnih in drugih strukturah.
<b>Interne skupina opredelitev</b>	Coleman (1990)	Socialni kapital opredeli glede na funkcijo. Ni enotna entiteta, ampak raznovrstnost entitet, ki imajo dve skupni značilnosti: vse sestojijo iz nekakšnih vidikov družbene strukture in vse spodbujajo določena dejanja akterjev, ki so znotraj strukture.
	Fukuyama (1995)	Socialni kapital opredeli kot sposobnost skupine ljudi, da delujejo skupaj za skupno dobro v določeni skupnosti ali organizaciji.
	Inglehart (1997)	Socialni kapital opredeli kot kulturo zaupanja in tolerantnosti, ki omogoča vzpostavljanje omrežij oziroma prostovoljnih združenj.
	Putnam (1995)	Socialni kapital opredeli kot značilnosti oganizacije, kot so omrežja, zaupanje in norme, ki pospešujejo koordinacijo in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi.
	Thomas (1996)	Socialni kapital opredeli kot prostovoljne procese in sredstva v civilni družbi, ki omogočajo razvoj celotne skupnosti.
<b>Prepletanje eksternih in internih opredelitev</b>	Nahapiet in Ghoshal (1998)	Socialni kapital opredelita kot vsoto dejanskih in potencialnih sredstev, ki jih lahko mobiliziramo skozi omrežje povezav.
	Pennar (1997)	Socialni kapital opredeli kot omrežje socialnih odnosov, ki vplivajo na individualno obnašanje in s tem na ekonomsko raven.
	Woolcock (1998)	Socialni kapital opredelita kot informacije, zaupanje in norme recipročnosti, ki so del posameznikovega omrežja.

Vir: Adler in Kwon (2002, 20).

- a) Za prvo skupino **eksternih relacij** je značilen t. i. premostitveni način vzpostavljanja in ohranjanja odnosov, ki se osredotoča predvsem na socialni kapital kot vir, ki ga najdemo v socialnih omrežjih, in na posameznikove vezi z drugimi akterji. S pomočjo takšnega pogleda na socialni kapital lahko pojasnimo tudi razlike v uspešnosti posameznikov in skupnosti: na delovanja posameznikov in skupnosti močno vplivajo njihove neposredne in posredne povezave z drugimi udeleženci v socialnih omrežjih (Adler in Kwon 2002, 19).
- b) Nasprotno so za drugo skupino **notranjih (internih) relacij** značilna povezovalna stališča, ki se osredotočajo na značilnosti strukture odnosov med akterji znotraj skupnosti. Predpostavljajo, da se bistvo socialnega kapitala odraža tudi v kolektivni

povezanosti, kar lahko pripomore k lažjemu uresničevanju skupnih ciljev (Adler in Kwon 2002, 21).

- c) V tretji skupini t. i. nevtralnih opredelitev socialnega kapitala so prisotne tako notranje kot zunanje relacije (Adler in Kwon 2002, 21).

### **1) Skupina zunanjih (eksternih) definicij socialnega kapitala**

Naj najprej predstavim nekaj opredelitev, ki sodijo v prvo skupino t. i. eksternih relacij. Začnimo kar z eno izmed najzgodnejših definicij socialnega kapitala. Bourdieu ga je že leta 1986 opredelil kot:

*Agregat dejanskih ali potencialnih resursov, ki so povezani s posredovanjem trajnih omrežij bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznanstva in prepoznavanja. Ali z drugimi besedami: s članstvom v skupini, ki vsakemu od članov zagotavlja podporo kolektivno posredovanega kapitala, »priporočilo«, ki jim daje pravico do zaupanja v različnih pomenih besede (Bourdieu 1986/1997, 51).*

Po Burtu so posameznikovi odnosi z ostalimi ljudmi socialni kapital, saj meni, da posameznik prek prijateljev, sodelavcev in splošnih vezi pridobi priložnost za uporabo tako finančnega kot človeškega kapitala (Burt 1992, 58). Portes (1998, 8) označuje socialni kapital kot »sposobnost zagotavljanja koristi s članstvom v različnih omrežjih in drugih socialnih strukturah«.

### **2) Skupina notranjih (internih) definicij socialnega kapitala**

Ena izmed prvih kompleksnejših internih konceptualizacij izhaja iz znanega dela James Colemana, ki je že leta 1988 zapisal: »Socialni kapital je definiran s svojo funkcijo. To ni ena sama entiteta, ampak razpon različnih entitet, ki sta jim skupna dva elementa, in sicer: vsi so sestavljeni iz nekega vidika družbene strukture in pospešujejo določena dejanja posameznikov, kateri so znotraj strukture« (Coleman 1988, 98).

Dobro desetletje pozneje Fukuyama opredeli socialni kapital kot »neformalno formo, ki spodbuja sodelovanje med dvema ali več posamezniki. Norme, ki konstituirajo socialni kapital, lahko segajo od recipročnosti med dvema prijateljema vse tja do kompleksnih artikuliranih doktrin, kot je na primer krščanstvo ali konfucianizem« (Fukuyama 1999, 3). Fukuyama na podlagi omenjene opredelitve v nadaljevanju tudi poudarja, da lahko označimo

zaupanje, omrežje in civilno družbo kot elemente, ki ne tvorijo socialnega kapitala samega, vendar nastanejo kot njegova posledica. Putnam v svoji knjigi *Bowling Alone* zagovarja, da osnovna ideja teorije socialnega kapitala izhaja iz dejstva, da imajo socialna omrežja vrednost (2000, 19). Farr opozarja, da je »socialni kapital kompleksno konceptualiziran kot omrežje združenj, dejavnosti ali odnosov, ki povezujejo ljudi skupaj kot skupnost preko določenih norm in psiholoških sposobnosti, predvsem zaupanja, ki je bistvenega pomena za civilno družbo, njihova posledica so kolektivne akcije in dobrine kot tudi druge oblike kapitala« (Farr 2004, 9).

Kilpatrick in ostali (1999) poudarjajo, da je akumulacija socialnega kapitala rezultat procesa učenja interakcij. Učne interakcije zahtevajo učni dogodek oziroma dejansko priložnost, ki se pojavi v kontekstualni dimenziji (družbeno-kulturni in politični referenčni okvir). Prav tako ugotavljajo, da je predpogoj za izgradnjo socialnega kapitala obstoj zadostne količine in kakovosti učnih interakcij. Ta vključuje zgodovinski kontekst, zunanje interakcije, vzajemnost, zaupanje, skupne norme in vrednote. Načrtovanja in izvajanja družbenih projektov so lahko eden izmed načinov učenja takšnih interakcij.

Po Putnamu se socialni kapital nanaša na značilnosti družbene organizacije, kot so socialna omrežja, norme vzajemnosti in socialno zaupanje, ki pospešujejo usklajevanje in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi (1995, 67). V svoji knjigi *Bowling Alone* izpopolni definicijo in opredeljuje socialni kapital kot socialno omrežje ter z njim povezane norme vzajemnosti in zaupanja (2000, 19). To pomeni, da obstajata tako omrežje kot tudi učinek omrežja. Nadaljuje, da je v tem smislu socialni kapital tesno povezan s tem, kar nekateri imenujejo »državljska vrlina«. Razlikuje se v tem, da »socialni kapital« opozarja na dejstvo, da je državljska vrlina najmočnejša, če so posamezniki vključeni v smiselno omrežje recipročnih družbenih odnosov. Družba z mnogo sposobnimi posamezniki, vendar nepovezanimi, ni nujno bogata s socialnim kapitalom (Putnam 2000, 19).

### **3) Skupina eksternih in internih definicij socialnega kapitala**

S konceptualizacijo socialnega kapitala se je ukvarjala tudi Svetovna banka. Socialni kapital opredeljuje kot koncept, nanašajoč na institucije, odnose in norme, ki oblikujejo kvaliteto in kvantiteto interakcij v določeni družbi. Vse več dokazov kaže, da je socialna kohezija ključnega pomena za uspešno trajnostno gospodarno družbo.

Raziskovalca Adler in Kwon sta označila socialni kapital kot zelo elastičen izraz z različnimi opredelitvami na različnih področjih. Hkrati sama ponujata zanimiv konceptualni okvir, ki se dobro navezuje tudi na naš raziskovalni problem:

*Socialni kapital je dobrina, ki je na voljo posameznikom ali skupinam. Izvira iz same strukture in vsebine akterjevih družbenih odnosov. Njegovi učinki izhajajo iz informacij in vpliva, dimenzija solidarnosti omogoča, da je le-ta na razpolago posameznikom. Ta opredelitev obsega notranje in zunanje vezi in omogoča socialnemu kapitalu, da se pripisuje tako individualnim kot kolektivnim akterjem. Zajema tudi socialni kapital, ki je na voljo tudi posamezniku, ki ima na podlagi že uveljavljenih vezi ustvarjen socialni kapital, vendar ga lahko še povečuje z ustvarjanjem novih vezi (Adler in Kwon 2002, 23).*

### **3.1.6 Merjenje socialnega kapitala**

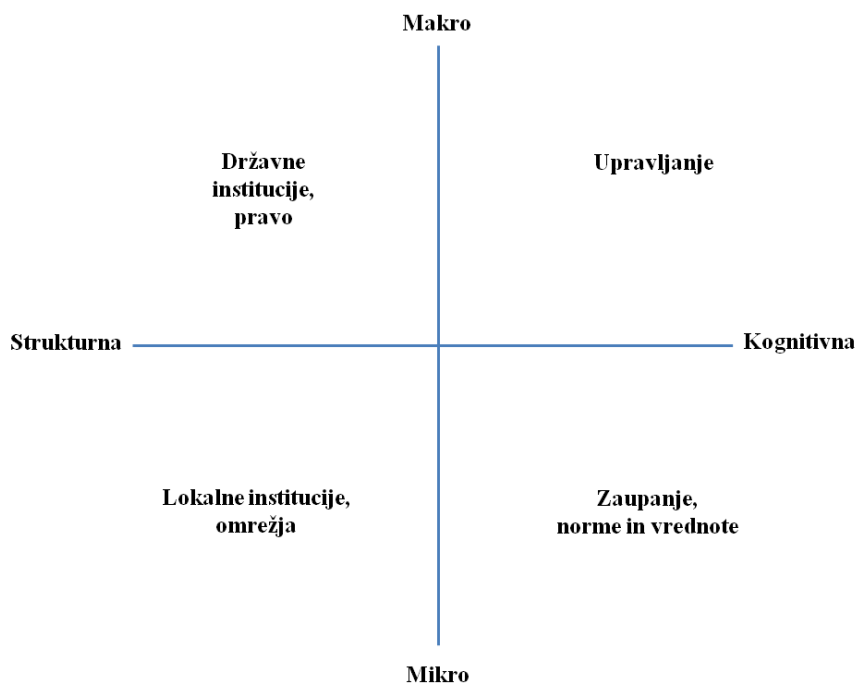
Na podlagi predhodno predstavljenih najrazličnejših opredelitev in konceptualizacij socialnega kapitala je več kot razvidno, da med raziskovalci ni soglasja o tem, kaj je socialni kapital in kako naj se meri. Problematičnost opredelitve lahko zagotovo pripišemo tudi temu, da je socialni kapital zares kompleksen pojem, ki ga preprosto ne moremo definirati, operacionalizirati in posledično meriti v okvirih enotnega koncepta. V nadaljevanju se bom zato posvetila dvema vrstama merjenj socialnega kapitala, in sicer merjenju socialnega kapitala s pomočjo operacionalizacije dimenzij ter merjenju socialnega kapitala na ravni struktur in kakovosti socialnih odnosov.

#### **3.1.6.1 Dimenzije socialnega kapitala**

Grootaert in Bastelaer predlagata, da v splošnem okviru raziskovanja socialnega kapitala upoštevamo dejstvo, da temelji na dveh ključnih dimenzijah: **obsegu** (mikro, mezzo in makro) in **oblikah** (kognitivnih in strukturnih), kar lahko vidimo tudi s pomočjo slike 1.3. Raziskovalni okvir obravnava socialni kapital kot resnično sredstvo, ki potrebuje naložbe. Te se kopičijo in ustvarjajo tok koristi (Grootaert in Bastelaer 2001, 20). Idealen pristop za merjenje socialnega kapitala bi po njunem mnenju zajemal vse štiri kvadrante (glej sliko 1.3), vendar v praksi še nismo napredovali do te faze, saj je večina raziskav osredotočena na enega

ali dva od teh kvadrantov. Večina študij, ki obravnavajo socialni kapital, se nahaja na mikro ravni s poudarkom na institucijah ali normah, ki so pomembne v okviru gospodinjstev in skupnosti. Večina raziskovalcev je poskušala vključiti tako strukturne kot kognitivne vidike socialnega kapitala, kljub temu da je bila raziskava primernejša za merjenje prvega (Grootaert in Bastelaer 2001, 20).

**Slika 1.2: Dimenzije socialnega kapitala**



Vir: Grootaert in Bastelaer (2001, 20).

### 3.1.6.2 Struktura in kakovost socialnih odnosov

Stone ponuja podrobno kategorizacijo merjenih indikatorjev socialnega kapitala, ki jih je oblikovala na podlagi avstralske raziskave iz leta 2000, izvedene v okviru projekta »Družine, socialni kapital in državljanstvo«. Socialni kapital opredeljuje podobno kot Putnam: »Socialni kapital je sestavljen iz omrežja družbenih odnosov, za katere so značilne norme zaupanja in vzajemnosti« (Stone 2001, 4). Poudarja, da lahko tedaj, ko je socialni kapital ločen od svojih rezultatov, pojem operacionaliziramo; od začetnega razumevanja socialnega kapitala kot omrežja, ki je zaznamovano z normami zaupanja in vzajemnosti, do nadaljnje opredelitve strukture družbenih odnosov med akterji in končno tudi samih sredstev za merjenje njihove



kakovosti. Stone meni, da nam konceptualizacija družbenih odnosov kot omrežja omogoča, da opredelimo tako **strukturo družbenih odnosov (omrežja)** kot tudi njihovo vsebino oziroma **kakovost (norme)** (Stone 2001, 6). V nadaljevanju še dodaja, da se vsebina tovrstnih omrežij v okviru socialnega kapitala nanaša na norme zaupanja in vzajemnosti, ki delujejo v okviru teh struktur. Pri tem opozarja, da so indikatorji merjenja norm zaupanja in vzajemnosti manj razviti kot indikatorji za merjenje strukturne značilnosti omrežij. Merjenje norm vključuje proučevanje kulture v določenih omrežjih, ne pa lastnosti posameznikov znotraj njih (Stone 2001, 6). V nadaljevanju s pomočjo tabele prikaže merljive komponente socialnega kapitala: omrežja, zaupanje in vzajemnost opredeli kot ključne razsežnosti. Spodnja tabela prikazuje tudi razpon značilnosti omrežja; kako lahko vplivajo na naravo in obseg socialnega kapitala v določenem omrežju (Stone 2001, 7).

**Tabela 1.3: Konceptualizacija merjenja socialnega kapitala v okviru omrežij in norm**

<b>Struktura socialnih odnosov: omrežja</b>	<b>Kakovost socialnih odnosov: norme</b>
<p><b>Vrsta:</b> neformalna ↔ formalna</p> <p><b>Velikost/kapaciteta:</b> omejena obsežnost</p> <p><b>Prostorska:</b> gospodinjstvo ↔ globalno</p> <p><b>Struktura:</b> odprta ↔ zaprta gosta ↔ redka homogena ↔ heterogena</p> <p><b>Odnosi:</b> vertikalni ↔ horizontalni</p>	<p><b>Norme zaupanja:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- familiarno/osebno zaupanje</li> <li>- generalizirano zaupanje</li> <li>- javno/institucionalno zaupanje</li> </ul> <p><b>Norme recipročnosti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nematerialne/materialne</li> <li>- neposredne/posredne</li> <li>- takojšnje/z zakasnitvijo</li> </ul>

Vir: Stone (2001, 7).

## **4 ŠTUDIJE INTERNETA IN SOCIALNEGA KAPITALA**

### **4.1 PREGLED RAZISKAV NA TEMO SOCIALNEGA KAPITALA IN INTERNETA**

Preden se posvetimo raziskavam na temo socialnega kapitala, je treba še enkrat poudariti, da med raziskovalci ni soglasja o tem, kaj je socialni kapital in kako naj se ga meri. To je botrovalo tudi k temu, da so v okviru socialnega kapitala predstavljene številne definicije različnih avtorjev.

V tem delu diplomske naloge se osredotočim na analizo znanstvenih člankov, ki na podlagi kvantitativne metodologije obravnavajo povezanost rabe spletnih socialnih omrežij in interneta na splošno ter socialnega kapitala. Študije sem našla tako, da sem s pomočjo digitalne knjižnice v Ljubljani iskala znanstvene članke, ki imajo v naslovu (abstraktu) navedeno »socialni kapital« in »internet«. Pri tem sem uporabila tudi termine, ki se posredno ali neposredno navezujejo na socialni kapital in rabo interneta; uporabila sem ključne besede, kot so socialna spletna omrežja, medosebno komuniciranje, družbena povezanost, socialna izoliranost, sociabilnost in spletna socialna omrežja. Izbor znanstvenih člankov sem oblikovala na podlagi dveh kriterijev:

- a) da so v znanstvenem članku obravnavali povezanost rabe interneta, spletnih socialnih omrežij ali posamičnega spletnega socialnega omrežja v odnosu do socialnega kapitala in
- b) da so v končnem izboru znanstvenih člankov zajete tudi raziskave, ki so enako oziroma podobno konceptualizirale socialni kapital.

Po pregledu vseh najdenih člankov sem jih izpostavila trinajst, izmed katerih se jih enajst najbolj približa zgornjima kriterijema. V končni fazi sem analizirala enajst člankov, ki so podrobneje predstavljeni v tabelah 2.1, 2.2 in 2.3.

V metaanalizi me ni zanimala samo vrsta vpliva tehnologije (internet, spletna skupnost, spletno socialno omrežje) na socialni kapital (pozitiven, negativen, neobstoječ), ampak tudi, kako je socialni kapital konceptualiziran, merjen ipd.

Na podlagi zgoraj omenjenih kriterijev so v nadaljevanju predstavljene izbrane raziskave, ki so proučevale odnos med internetom in socialnim kapitalom.

1. Ena izmed prvih longitudinalnih raziskav nosi naslov »**A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?**« (Kraut in drug 1998). V njej so raziskovalci v okviru Carnegie Mellon University proučevali socialne in psihološke posledice interneta. S pomočjo longitudinalnih podatkov so spremljali, kako učinki interneta vplivajo na socialno vključenost (ang. *social involvement*) in psihološko oceno dobrega počutja (ang. *psychological well-being*). Ocene socialne vključenosti in psihičnega počutja udeležencev so bile izmerjene, preden so udeleženci dobili dostop do interneta (ang. *pretest questionnaire*), potem pa ponovno čez 12–24 mesecev (ang. *follow-up questionnaire*). V tem intervalu se je s pomočjo po meri izdelanega programa za beleženje prijav v internet (ang. *logging programs*) samodejno zabeležila uporaba interneta.
2. V okviru mednarodne raziskave »**Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital**« (Wellman in drugi 2001) so avtorji raziskovali vpliv interneta na socialni kapital, pri čemer so preverjali, ali nove možnosti komuniciranja s pomočjo interneta povečujejo, zmanjšujejo ali dopolnjujejo medosebne stike in ali internet vpliva na sodelovanje in pripadnost skupnosti. Mednarodna raziskava je zajela 47.176 odraslih oseb s celega sveta. Wellman in ostali raziskovalci so se pozneje za potrebe analiz osredotočili zgolj na 39.211 severnoameriških odraslih udeležencev (34.839 Američanov in 4372 Kanadčanov). Iz vzorca so prav tako izključili anketirance, ki so internet uporabljali prvič za izpolnjevanje ankete. Pri tem je treba opozoriti, da je bila raziskava izvedena na odraslih obiskovalcih spletne strani National Geographica in ne na splošnem prebivalstvu.
3. Raziskava z naslovom »**The impact of Internet use on sociability**« (Nie in Hillygus 2002) je obravnavala temeljno vprašanje, kako raba interneta vpliva na medosebne odnose ter ostale socialne dejavnosti. Želeli so odkriti, ali se v odnosu med rabo interneta in sociabilnostjo bolj odraža »izpodrivajoči« model, ki napoveduje, da ima raba interneta negativen vpliv na preživljanje časa s prijatelji oziroma družino, ali nasprotna teorija učinkovitosti. Slednja trdi, da internet omogoča učinkovitejše delovanje in posledično prinaša manj stresa ter več časa za družbene dejavnosti. S pomočjo zbranih podatkov, ki temeljijo na metodi dnevnika (ang. *time-diary*), so

raziskovalci na kompleksne načine proučevali, v kakšnem odnosu sta raba interneta in sociabilnost.

4. »**HomeNet sample; Internet paradox revisited**« (Kraut in drugi 2002) je nadaljevanje raziskave »A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?« (Kraut in drugi 1998), ki je predstavljena pod zaporedno številko ena (#1). Nadaljevalna longitudinalna raziskava je v okviru Carnegie Mellon University proučevala socialne in psihološke posledice interneta. S pomočjo longitudinalnih podatkov so raziskovalci spremljali, kako učinki interneta vplivajo na socialno vključenost (ang. *social involvement*) in psihološko oceno dobrega počutja (ang. *psychological well-being*). Ocene socialne vključenosti in psihičnega počutja udeležencev so bile izmerjene, preden so udeleženci dobili dostop do interneta (ang. *pretest questionnaire*) in potem ponovno čez 12–24 mesecev (ang. *follow-up questionnaire*). Na podlagi nadaljevalne raziskave lahko beležimo pozitivne učinke uporabe interneta na socialno vključenost in dobro počutje.
5. Na podlagi sekundarnih podatkov iz telefonske raziskave z naslovom »Communities and the Internet«, ki je bila izvedena v okviru Pew Research Center's & American Life Project leta 2001, je Pippa Norris leto dni pozneje v članku z naslovom »The bridging and bonding role of online communities« proučevala in analizirala podatke, kako spletne skupnosti služijo tako širjenju socialnega omrežja posameznika kot tudi poglobljanju obstoječih socialnih omrežij (Norris 2002).
6. S slovensko raziskavo z naslovom »**The social support networks of internet users**« (Hlebec in drugi 2006) so raziskovalci želeli odgovoriti na pogosto in pomembno vprašanje, ali internet izboljšuje socialno participacijo ali ji škodi. V študiji so preučevali osebne odnose, pri čemer so se osredotočili na zagotavljanje socialne podpore kot potencialnega rezultata osebnih odnosov. Osebno zadovoljstvo z eno od poddimenzij socialne podpore je eden od predpogojev za posameznikovo dobro počutje. Ključno raziskovalno vprašanje v tej študiji vključuje vpliv interneta na egocentrično socialno podporo omrežja in komunikacije znotraj teh omrežij. Študija temelji na dveh ločeno izvedenih raziskavah. Prva je bila uporabljena za potrebe vzorca splošnega prebivalstva Slovenije, medtem ko je bila druga izvedena na vzorcu

uporabnikov interneta v Sloveniji. Razpoložljive raziskave kažejo mešane rezultate glede vloge interneta v družbenih odnosih.

7. V okviru oddelka telekomunikacij, informacijskih študij in medijev michiganske državne univerze (ang. *Michigan State University – MSU*) je bila izvedena študija »**The Benefits of Facebook ›Friends ‹:Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**« (Ellison in drugi 2007), ki je proučevala odnos med uporabo Facebooka in oblikovanjem ter vzdrževanjem socialnega kapitala. Poleg povezovalnega (ang. *bonding*) in premostitvenega (ang. *bridging*) socialnega kapitala so v okviru študije predstavili tudi tretjo dimenzijo, in sicer t. i. koncept vzdrževalnega (ang. *maintained social capital*) socialnega kapitala, ki posameznikom omogoča ohranjanje socialnih povezav (Ellison in drugi 2007).
8. Longitudinalna raziskava »**Social Connectivity in America: Changes in Adult Friendship Network Size From 2002 to 2007**« (Wang in Wellman 2010), v kateri so raziskovalci analizirali socialno povezanost, natančneje, kako so spremembe o velikosti prijateljskega omrežja povezane s spremembami v uporabi interneta. Podatke so proučevali na splošnem prebivalstvu s pomočjo dveh periodnih obdobj, in sicer na podlagi podatkov iz let 2002 in 2007. Raziskovalci so kot indikator socialnega kapitala analizirali število prijateljev v okviru neposrednega (ang. *offline*), spletnega (ang. *online*) in migracijskega prijateljstva. Na podlagi interneta so oblikovali štiri skupine: neuporabnike, lahke, zmerne in težke uporabnike.
9. V spletni raziskavi »**Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students life satisfaction, trust and participation**« (Valenzuela in drugi 2009) so raziskovalci med teksaškimi študenti podrobneje proučevali, ali najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje – Facebook vpliva na odnose in vedenje, ki krepi socialni kapital posameznikov. V okviru študije je socialni kapital pojmovan kot večdimenzionalni konstrukt, ki vključuje stopnjo socialne vključenosti (omrežni socialni kapital), političnega udejstvovanja, zadovoljstva z življenjem in zaupanja.
10. V okviru ameriškega raziskovalnega centra Pew Research Center's Internet & American Life Project je bila izvedena študija z naslovom »**Social networking sites**

**and our lives, Pew research center in American life project**« (Hampton in drugi 2011), v kateri so se posvečali vse številčnejšim vprašanjem o družbenem vplivu in vse širši uporabi spletnih socialnih omrežij. V študiji so raziskovali, ali spletna socialna omrežja, kot so Facebook, LinkedIn in Twitter, ločujejo ljudi in zmanjšujejo čas za medsebojne odnose ali obstajajo koristi, povezane z uporabo spletnih socialnih omrežij – ali smo s pomočjo omenjenih tehnologij lahko še dodatno povezani z drugimi ljudmi. Raziskali so splošna spletna socialna omrežja; kako je uporaba teh tehnologij povezana z zaupanjem, strpnostjo, socialno podporo, skupnostjo in političnim udejstvovanjem.

11. Raziskovalci v okviru Pew Research Center's & American Life Project so s pomočjo podrobnejšega analiziranja obsežne telefonske reprezentativne raziskave »Spletna socialna omrežja in naša življenja« (Pew research center in American life project, Social networking sites and our lives – 2011) v sodelovanju s podjetjem Facebook primerjali posamezne odgovore iz ankete s podatki o profilu in računalniškimi izpiski (ang. *computer logs*): kako so anketiranci uporabljali storitve Facebooka v obdobju enega meseca, novembra 2010, ko je bila raziskava izvedena. Med telefonskim anketiranjem je 269 do 877 anketirancev dovolilo dostop do podatkov o njihovi uporabi Facebooka, tako da so raziskovalci v okviru novejše raziskave »**Why most Facebook users get more than they give**« (Hampton in drugi 2012) lahko primerjali podatke o uporabi z njihovimi odgovori v anketi.

Ostale lastnosti zgoraj navedenih raziskav sem zaradi boljše preglednosti in lažje primerjave oblikovala kot tabelarni pregled.

**Tabela 2.1: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta**

Raziskava:	1. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? 1998	2. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment, 2001	3. The impact of Internet use on sociability. Time-diary findings, 2002	4. Follow-up of the original HomeNet sample; Internet paradox revisited, 2002	5. The bridging and bonding role of online communities, 2002
Konceptualizacija socialnega kapitala:	Merjeni dimenziji socialnega kapitala sta <b>socialna vključenost</b> in <b>ocena psihičnega počutja</b> .	Socialni kapital je zasnovan kot konstrukt, ki vključuje <b>omrežni socialni kapital</b> , <b>participativni kapital</b> ter <b>pripadnost skupnosti</b> .	Socialni kapital je konceptualiziran kot <b>sociabilnost</b> ; stopnja socialne aktivnosti in angažiranosti v medosebnih odnosih s prijatelji oz. družino.	Merjeni dimenziji socialnega kapitala sta <b>socialna vključenost</b> in <b>ocena psihičnega počutja</b> .	Socialni kapital je pojmovan kot <b>premostitveni</b> (ang. <i>bridging</i> ), <b>povezovalni</b> (ang. <i>bonding</i> ) socialni kapital.
Uporaba tehnologije: <sup>3</sup>	uporaba interneta	uporaba interneta	uporaba interneta	uporaba interneta	uporaba interneta
Vzorčni okvir:	gospodinjstva iz Pittsburgha, osebe, starejše od 10 let	odrasli obiskovalci spletne strani National Geographica	odrasle osebe, stare od 18 do 64 let	gospodinjstva iz Pittsburgha, osebe, starejše od 10 let	odrasle osebe, stare nad 18 let
Raziskovalni načrt (časovna opredelitev, metoda):	ponavljajoča se raziskava (longitudinalna raziskava)	ponavljajoča se raziskava (longitudinalna raziskava)	enkratna presečna raziskva (ang. <i>cross sectional survey</i> )	ponavljajoča se raziskava (longitudinalna raziskava)	enkratna presečna raziskva (ang. <i>cross sectional survey</i> )
Vrsta vzorca:	strukturirani vzorec (pogoj: neuporabniki interneta)	strukturirani vzorec	slučajni reprezentativni vzorec	strukturirani vzorec	slučajni reprezentativni vzorec
Velikost vzorca:	N = 335 anketiranih v 93 gospodinjstvih	N = 39.211	N = 6146	N = 208 anketiranih v 93 gospodinjstvih	N=1697
Način zbiranja podatkov:	osebno anketiranje (ang. <i>Face to face interviewing</i> )	CAWI ( <i>computer assisted web interviewing</i> ), spletna anketa	metoda dnevnika (ang. <i>Time-diary online survey design</i> )	osebno anketiranje (ang. <i>Face to face interviewing</i> )	CATI ( <i>computer assisted telephone interviewing</i> ), telefonska anketa

<sup>3</sup> Postavka »uporaba tehnologije« – v okviru katere tehnologije je merjen socialni kapital: na ravni interneta, spletnih socialnih omrežij, posamičnega spletnega socialnega omrežja itd.

Neodvisne spremenljivke:	uporaba interneta in sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta (intenzivnost, vrsta in čas uporabe) ter sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta (doma ali v službi) in sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta in sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta in sociodemografske spremenljivke
Ugotovitve:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- internet med udeleženci raziskave je v večji meri uporabljen za potrebe komunikacije</li> <li>- višja stopnja uporabe interneta je povezana z zmanjšanjem komunikacije (med udeleženci in družinskimi člani v njihovem gospodinjstvu)</li> <li>- višja stopnja uporabe interneta je povezana z zmanjšanjem socialnega omrežja ter povečanjem osamljenosti in depresije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spletna interakcija dopolnjuje neposredno in telefonsko komunikacijo, brez povišanja ali znižanja stopnje komunikacije</li> <li>- pogostejša uporaba interneta vpliva na višjo stopnjo udeležbe v prostovoljnih in političnih organizacijah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- močno negativna korelacija med rabo interneta doma in preživljanjem časa s prijatelji in družino</li> <li>- močan negativen vpliv na ostale socialne dejavnosti</li> <li>- uporaba interneta med vikendom je v večji meri kot uporaba interneta med tednom povezana z zmanjšanjem preživetega časa s prijatelji in družino ter z znižanjem udeležbe v socialnih aktivnostih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beležimo pozitivne učinke uporabe interneta na socialno vključenost in dobro počutje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spletne skupnosti služijo širjenju socialnega omrežja posameznika kot tudi poglobljanju obstoječih socialnih omrežij</li> <li>- spletne skupnosti trenutno še ne pripomorejo k premagovanju tradicionalnih družbenih delitev v tolikšni meri, kot bi si želeli, vendar spletna participacija omogoča poglobitev vezi med tistimi s podobnimi prepričanji</li> <li>- spletne skupnosti zmanjšujejo nekatere tradicionalne družbene delitve</li> </ul>
Leto zbiranja podatkov (čas merjenja):	1995–1996	1998	2001	1998–1999	2001
Avtorji raziskave:	Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay in Scherlis	Wellman, Quan Haase, Witte in Hampton	Nie in Hillygus	Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson in Crawford	Norris



**Tabela 2.2: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta**

Raziskava:	6. The social support networks of internet users, 2006	7. The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, 2007	8. Social connectivity in America: Changes in adult friendship network size from 2002 to 2007,2010	9. Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students life satisfaction, trust and participation, 2009	10. Social networking sites and our lives, Pew research center in American life project, 2011
Konceptualizacija socialnega kapitala:	Socialni kapital je zasnovan kot skupek različnih vrst podpore; instrumentalne, informacijske, finančne, čustvene, socialne in opore v okviru neformalnega druženja.	Socialni kapital je pojmovan kot premostitveni (ang. <i>bridging</i> ), povezovalni (ang. <i>bonding</i> ) in vzdrževalni socialni kapital (ang. <i>maintained</i> ).	Socialni kapital je zasnovan kot obseg treh vrst prijateljstva: neposrednega, spletnega in migracijskega prijateljstva.	Socialni kapital je pojmovan kot večdimenzionalen konstrukt, ki vključuje stopnjo <b>socialne vključenosti, političnega udejstvovanja, zadovoljstva z življenjem in zaupanja.</b>	Merjeni indikatorji socialnega kapitala so: <b>stopnja zaupanja v druge, stopnja socialne podpore, stopnja socialne vključenosti in političnega udejstvovanja.</b>
Uporaba tehnologije:	uporaba interneta	uporaba SSO, natančneje uporaba Facebook SSO	uporaba interneta	uporaba Facebook SSO	uporaba interneta in SSO; natančneje omrežij Facebook, LinkedIn, MySpace in Twitter
Vzorčni okvir:	raziskava 1: splošno prebivalstvo, 16 let in več; raziskava 2: internetni uporabniki	dodiplomski študenti michiganske državne univerze	splošno prebivalstvo od 25 do 74 let	študenti iz Teksasa, stari od 18 do 29 let	odrasle osebe, stare nad 18 let
Raziskovalni načrt:	enkratna presečna raziskava (ang. <i>cross sectional survey</i> )	enkratna presečna raziskava (ang. <i>cross sectional survey</i> )	ponavljajoča se raziskava (longitudinalna raziskava)	enkratna presečna raziskava (ang. <i>cross sectional survey</i> )	enkratna presečna raziskava (ang. <i>cross sectional survey</i> )
Vrsta vzorca:	raziskava 1: splošno prebivalstvo, slučajni reprezentativni vzorec; raziskava 2: internetni uporabniki, slučajni vzorec	slučajni vzorec dodiplomskih študentov michiganske državne univerze	raziskava 2002: slučajni vzorec; raziskava 2007: vzorec	slučajni reprezentativni vzorec	kombinacija slučajnega reprezentativnega vzorca (N = 746) in vprašanih, ki so leta 2008 odgovarjali na anketo Personal Networks and Community survey (N = 610)
Velikost vzorca:	raziskava 1: splošno prebivalstvo, N=5013; raziskava 2: internetni uporabniki, N=1009	N=286	raziskava leta 2007: N=677	N=2603	N=2255; v vzorec je bilo zajetih 1787 uporabnikov interneta, od tega 975 uporabnikov SSO (Facebook, Myspace, LinkedIn in Twitter)
Način zbiranja podatkov:	raziskava 1: splošno prebivalstvo CATI; raziskava 2: internetni uporabnik CAWI	CAWI (computer assisted web interviewing), spletna anketa	raziskava leta 2002: CATI; raziskava leta 2007: CATI in CAWI	CAWI ( <i>computer assisted web interviewing</i> ), spletna anketa	CATI (computer assisted telephone interviewing) telefonska anketa

Neodvisne spremenljivke:	uporaba interneta in sociodemografske spremenljivke	uporaba Facebooka (intenzivnost, namen uporabe), ocena psihičnega dobrega počutja (stopnja samopodobe oziroma samospoštovanja), zadovoljstvo z življenjem na fakulteti ter sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta (na podlagi uporabe interneta oblikovali 4 skupine: neuporabniki, lahki, zmerni in težki uporabniki) in sociodemografske spremenljivke	uporaba Facebook SSO in sociodemografske spremenljivke	uporaba interneta, SSO (intenzivnost, vrsta, namen in čas uporabe) ter sociodemografske spremenljivke
Ugotovitve:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- internet ima relativno omejen vpliv na socialne odnose</li> <li>- uporabniki interneta imajo nekoliko večjo socialno omrežje le v nekaterih socialno deprivilegeranih segmentih, kot so npr. ločenci in manj izobraženi</li> <li>- kažejo se nekatere posebnosti v zvezi s strukturo omrežja, saj imajo internetni uporabniki v svojih omrežjih več prijateljev in manj sorodnikov, katere označujejo šibkejše vezi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- obstaja močna povezava med uporabo Facebooka in vsemi tremi vrstami socialnega kapitala, pri čemer je najmočnejši odnos do premostitvenega socialnega kapitala</li> <li>- sorazmerno stopnja premostitvenega socialnega kapitala se spreminja glede na intenzivnost uporabe Facebooka, ki temelji na stopnji samozavesti in zadovoljstvu z življenjem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- obseg prijateljskega omrežja med odraslimi Američani, starimi med 25 in 74 let, se je povečal od leta 2002 do leta 2007; ta trend je podoben med neuporabniki interneta, lahkimi, zmernimi in težkimi uporabniki v okviru različnih komunikacijskih kontekstov: neposrednega, spletnega in migracijskega prijateljstva</li> <li>- težki uporabniki so še posebej aktivni, imajo največje število prijateljev tako neposredno kot na spletu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beležimo nizko, vendar pomenljivo pozitivno korelacijo med intenzivnostjo uporabe Facebooka in zadovoljstvom z življenjem, zaupanjem, družbenim in političnim udejstvom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tipičen uporabnik interneta ima v veliko večji meri kot drugi (neuporabniki interneta) občutek, da je ljudem mogoče zaupati</li> <li>- uporabniki Facebooka so še v večji meri zaupljivi, poznajo več ljudi, s katerimi lahko razpravljajo o pomembnih zadevah, dobijo več socialne podpore od drugih in so bolj politično angažirani od neuporabnikov Facebooka</li> </ul>
Leto zbiranja podatkov (čas merjenja):	raziskava 1: splošno prebivalstvo, 2002; raziskava 2: internetni uporabniki, 2001	2006	2002 in 2007	2007	2010
Avtorji raziskave:	Hlebec, Lozar Manfreda in Vehovar	Ellison, Steinfield in Lampe	Wang in Wellman	Valenzuela, Park in Kee	Hampton, Sessions Goulet, Rainie in Purcell

**Tabela 2.3: Pregled raziskav na temo socialnega kapitala in interneta**

Raziskava:	<b>11. Why most Facebook users get more than they give, Pew research center in American life project, 2012</b>
Konceptualizacija socialnega kapitala:	Socialni kapital je zasnovan kot konstrukt, ki vključuje <b>oceno psihičnega počutja</b> (socialne in čustvene podpore) ter <b>politične participacije</b> .
Uporaba tehnologije:	uporaba Facebook SSO
Vzorčni okvir:	odrasle osebe, stare nad 18 let
Raziskovalni načrt:	enkratna presečna raziskava (ang. <i>cross sectional survey</i> )
Vrsta vzorca:	kombinacija slučajnega reprezentativnega vzorca (n=746) in vprašanih, ki so leta 2008 odgovarjali na anketo Personal Networks and Community survey (n=610)
Velikost vzorca:	N=269
Način zbiranja podatkov:	CATI ( <i>computer assisted telephone interviewing</i> ), telefonska anketa in enomesečno opazovanje storitev Facebook
Neodvisne spremenljivke:	uporaba Facebooka (pogostost uporabe aktivnosti na Facebooku, struktura prijateljstev, intenzivnost, vrsta, namen in čas uporabe)

	ter sociodemografske spremenljivke
Ugotovitve:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sklepanje prijateljstev na Facebooku je povezano z višjo stopnjo socialne podpore tako na spletu kot v realnem svetu v živo</li> <li>- označevanje Facebook prijateljev na različnih fotografijah je povezano s poznavanjem večjega števila ljudi iz različnih družbenih okolij in z bolj tesnimi odnosi v živo</li> <li>- širok spekter dejavnosti na Facebooku je povezan tudi s stopnjo politične participacije</li> </ul>
Leto zbiranja podatkov (čas merjenja):	2010
Avtorji raziskave:	Hampton, Goulet, Marlow in Rainie

## 4.2 Sinteza ugotovitev analiziranih raziskav

Najprej naredimo sintezo raziskav, ki so na splošni ravni uporabe interneta raziskovale njegovo povezanost v okviru socialnega kapitala. Pri tem ugotavljamo, da prihaja večinoma do nekaterih podobnih zaključkov, ki ugotavljajo pozitivno povezanost uporabe interneta in socialnega kapitala. Vendar lahko beležimo tudi nekaj zelo nasprotujočih si ugotovitev, ki opozarjajo na negativno korelacijo med rabo interneta in socialnim kapitalom.

V eni izmed zgodnejših longitudinalnih raziskav »A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?« (Kraut in drugi 1998) je bil tako internet med udeleženci v večji meri uporabljen za potrebe komunikacije, čeprav je prav višja stopnja uporabe interneta povezana s padcem komunikacije (med udeleženci in družinskimi člani v njihovem gospodinjstvu), z zmanjšanjem socialnega omrežja ter povečanjem osamljenosti in depresije. Vendar v okviru nadaljevalne študije (#4) lahko beležimo nasprotno, in sicer pozitivne učinke uporabe interneta na socialno vključenost in dobro počutje (Kraut in drugi 2002). Wellman in drugi prav tako ugotavljajo pozitivne učinke uporabe interneta na socialni kapital. S pomočjo longitudinalnih podatkov so namreč ugotovili, da spletna interakcija dopolnjuje neposredno in telefonsko komunikacijo, brez povišanja ali znižanja stopnje komunikacije. Pogostejša uporaba interneta vpliva na višjo stopnjo participacije v prostovoljnih in političnih organizacijah (Wellman in drugi 2001). Nasprotno Nie in Hillygus opozarjata na močno negativno korelacijo med rabo interneta doma in preživljanjem časa s prijatelji in družino; prav tako se kaže močna negativna povezanost z ostalimi socialnimi dejavnostmi. Podobno je uporaba interneta med vikendom v večji meri kot uporaba interneta med tednom povezana z zmanjšanjem preživetega časa s prijatelji in družino ter z nižjo udeležbo v socialnih aktivnostih. Norris (2002) v svojem članku z naslovom »The bridging and bonding role of online communities« (#5) na podlagi podatkov iz sekundarne raziskave podaja mnenje, da spletne skupnosti služijo tako širjenju posameznikovega socialnega omrežja kot tudi poglobljanju obstoječih socialnih omrežij. Spletne skupnosti trenutno še ne pripomorejo k premagovanju tradicionalnih družbenih delitev v tolikšni meri, kot bi si želeli, vendar spletna participacija omogoča poglobitev vezi med tistimi s podobnimi prepričanji, služi pa tudi kot virtualna skupnost, ki zmanjšuje vsaj nekatere tradicionalne družbene delitve (Norris 2002). Hlebec, Manfreda in Vehovar poudarjajo, da ima internet relativno omejen vpliv na socialne odnose. Uporabniki interneta imajo nekoliko večjo socialno omrežje le v

nekaterih socialno deprivilegeranih segmentih, kot so npr. ločenci in manj izobraženi. Vendar se kažejo nekatere posebnosti v zvezi s strukturo omrežja: internetni uporabniki imajo v svojih omrežjih več prijateljev in manj sorodnikov, ki jih označujejo šibkejši vezi (Hlebec in drugi 2006). Wang in Wellman sta podrobneje raziskovala, kako so spremembe velikosti prijateljskega omrežja povezane s spremenjeno uporabo interneta. Zaključila sta, da se je obseg prijateljskega omrežja med odraslimi Američani, starimi med 25 in 74 let, povečal od leta 2002 do leta 2007. Ta trend je podoben med neuporabniki interneta, lahkimi, zmernimi in težkimi uporabniki interneta, v okviru različnih komunikacijskih kontekstov: neposrednega, spletnega in migracijskega prijateljstva. Treba je poudariti, da so težki uporabniki še posebej aktivni, imajo največje število prijateljev tako neposredno kot spletno (Wang in Wellman 2010).

Če podrobneje primerjamo raziskave socialnega kapitala na ravni uporabe spletnih socialnih omrežij oziroma posamičnega spletnega socialnega omrežja, lahko zaključimo, da vse ugotavljajo, kako kljub različnim teoretičnim izhodiščem in drugačnim metodološkim nastavkom obstaja splošno ugotovljena pozitivna korelacija med uporabo spletnih socialnih omrežij in socialnim kapitalom.

Ellison in drugi raziskovalci so s pomočjo študije proučevali odnos med uporabo Facebooka in oblikovanjem ter vzdrževanjem socialnega kapitala med dodiplomskimi študenti michiganske državne univerze. Poleg povezovalnega in premostitvenega socialnega kapitala so v okviru študije raziskovali tudi dimenzijo socialnega kapitala, s katero lahko ocenimo sposobnost, da uporabniki ostanejo povezani s člani že prej obstoječih skupnosti, kar imenujemo ohranjanje socialnega kapitala. V okviru omenjene raziskave lahko beležimo izsledke, da obstaja močna povezava med uporabo Facebooka in vsemi tremi vrstami socialnega kapitala, pri čemer je najmočnejši odnos do premostitvenega socialnega kapitala. Sorazmerno se stopnja premostitvenega socialnega kapitala spreminja glede na intenzivnost uporabe Facebooka, ki temelji na stopnji samozavesti in zadovoljstva z življenjem (Ellison in drugi 2007). Podobne ugotovitve zasledimo tudi v spletni raziskavi, kjer so med tekšaškimi študenti podrobneje proučevali, ali najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje Facebook vpliva na odnose in vedenje, ki krepi socialni kapital posameznikov. Na podlagi izsledkov raziskave lahko beležimo nizko, vendar pomenljivo pozitivno korelacijo med intenzivnostjo uporabe Facebooka in zadovoljstvom z življenjem, zaupanjem, družbenim in političnim udejstvovanjem (Valenzuela in drugi 2009). Z zgornjimi pozitivnimi učinki uporabe spletnih

socialnih omrežij na socialni kapital se prav tako skladajo tudi zaključki obsežne ameriške reprezentativne študije z naslovom »Social networking sites and our lives«, v kateri so raziskovali, ali spletna socialna omrežja, kot so Facebook, LinkedIn, Myspace in Twitter, ločujejo ljudi in zmanjšujejo čas, namenjen medsebojnim odnosom, ali nasprotno obstajajo koristi, povezane z njihovo uporabo, saj smo s pomočjo omenjenih tehnologij lahko še dodatno povezani z drugimi. V okviru raziskave je bilo ugotovljeno, da ima tipičen uporabnik interneta v veliko višji meri kot drugi (neuporabniki interneta) občutek, da je ljudem mogoče zaupati. Uporabniki Facebooka so v večji meri zaupljivi, poznajo več ljudi, s katerimi lahko razpravljajo o pomembnih zadevah, dobijo več socialne podpore od drugih in so bolj politično angažirani kot neuporabniki (Hampton in drugi 2011). Raziskovalci so v okviru novejšje raziskave »Why most Facebook users get more than they give« s pomočjo podrobnejšega analiziranja sekundarnih podatkov in v sodelovanju s podjetjem Facebook primerjali posamezne sekundarne podatke iz študije z naslovom »Social networking sites and our lives« s podatki o profilu in računalniškimi izpiski – kako so sodelujoči uporabljali storitve Facebook v obdobju enega meseca. Ugotovili so pozitivno povezanost, saj je sklepanje prijateljstev na Facebooku povezano z višjo stopnjo socialne podpore tako na spletu kot v realnem svetu. Označevanje Facebook prijateljev na različnih fotografijah je povezano s poznavanjem večjega števila ljudi iz različnih družbenih okolij in tesnejšimi odnosi v živo, medtem ko je širok spekter dejavnosti na Facebooku povezan tudi s stopnjo političnega udejstvovanja (Hampton in drugi 2012).

## 5 SKLEPI IN ZAKLJUČEK

Spletna socialna omrežja so dandanes globoko zakoreninjena v vsakdan uporabnika po vsem svetu, pri čemer se njihova priljubljenost še veča. Spletna socialna omrežja so hkrati kompleksen fenomen ter priljubljen predmet raziskovanja in poglobljenega proučevanja strokovne javnosti kot tudi predmet zanimanja laične javnosti. Prav zaradi vse pogostejših javnih razprav in laičnih diskurzov sem na začetku diplomskega dela tudi sama kot temeljno dimenzijo proučevanja izpostavila odnos med rabo interneta in medosebnimi odnosi. Primarno sem želela odgovoriti predvsem na pogosto zastavljeno in pomembno vprašanje, ali je uporaba interneta povezana z nižjo ali višjo stopnjo socialnega kapitala. Konkretnije, kako se učinki interneta oziroma spletnih socialnih omrežij povezujejo z osebnim zadovoljstvom, socialno participacijo, psihološko oceno dobrega počutja in socialno podporo.

Na podlagi proučevanja literature in sekundarnih raziskav na temo socialnega kapitala in interneta sem ob primerjanju izsledkov različnih raziskav opazila, da ne moremo oblikovati enotnega zaključka, temveč da so si ugotovitve med seboj celo nasprotujoče, kar sem skušala podrobneje raziskati. Ali razlog tiči v različni konceptualizaciji in merjenju socialnega kapitala ali je morda pomembno tudi, v okviru katere tehnologije je merjen socialni kapital: na ravni interneta, spletnih socialnih omrežij, posamičnega spletnega socialnega omrežja? Morda se razlog skriva med različno definiranimi in uporabljenimi neodvisnimi in kontrolnimi spremenljivkami, kar vpliva na različen vzorčni okvir?

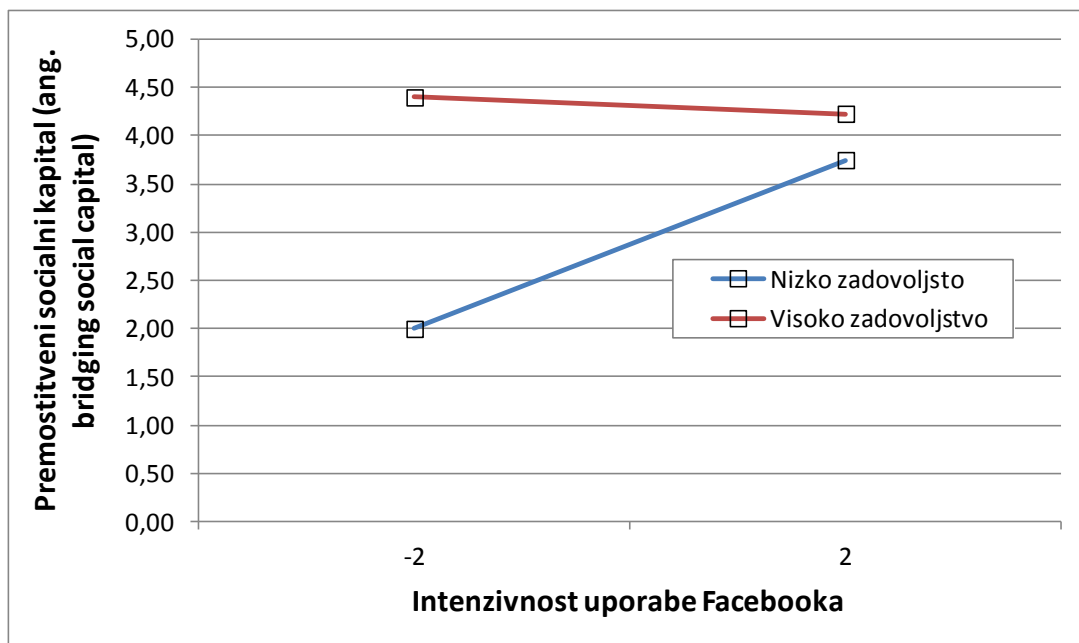
Kasneje sem ob primerjanju izsledkov različnih sekundarnih raziskav na temo socialnega kapitala in rabe interneta opazila, da socialni kapital še zdaleč ni poenoten pojem ne v literaturi ne v raziskavah, ki so proučevale njegovo povezanost z internetom. V večini raziskav je pojmovan kot kompleksen večdimenzionalen konstrukt. Zato so vanje vključili različne indikatorje, s katerimi so poskušali meriti socialni kapital, kar za primerjavo izsledkov predstavlja metodološki problem. Raziskave so namreč med seboj težko popolnoma primerljive, kljub temu lahko izpostavimo nekaj vzporednic in splošnih zaključkov. Največkrat je socialni kapital merjen s pomočjo ene ali več dimenzij: stopnje socialne vključenosti, politične participacije, splošnega zadovoljstva z življenjem in zaupanja (Kraut in drugi 1998, Wellman in drugi 2001, Kraut 2002, Ellison in drugi 2007, Valenzuela in drugi 2009). V nekaterih raziskavah je socialni kapital zasnovan tudi kot konstrukt, ki vključuje oceno psihičnega počutja, tako socialne kot čustvene podpore (Hampton in drugi 2011 in



2012). Socialni kapital je zasnovan tudi kot skupek različnih vrst podpore: instrumentalne, informacijske, finančne, čustvene, socialne in opore v okviru neformalnega druženja (Hlebec in drugi 2006). Obsega tri vrste prijateljstva: neposredno, spletno in migracijsko (Wang in Wellman 2010). Nie in Hillygus sta v svoji raziskavi leta 2001 socialni kapital konceptualizirala kot sociabilnost – stopnjo socialne aktivnosti in angažiranosti v medosebnih odnosih s prijatelji oziroma družino.

V Ellisonovi raziskavi leta 2007 zasledimo, da so osebe, ki več časa preživijo v spletnih socialnih omrežjih, bolj zadovoljne s svojim življenjem kot tiste osebe, ki socialnim omrežjem namenijo manj časa. V okviru raziskave je bilo ugotovljeno, da se je pri študentih, pri katerih so prvotno zasledili podatke o nizkem zadovoljstvu z življenjem na univerzi, z intenzivnejšo uporabo Facebooka povečal premostitveni socialni kapital (glej sliko 3.4). Podrobneje, spodnji podatki (glej sliko 3.4) prikazujejo povezavo med interakcijo intenzivnosti uporabe Facebooka in zadovoljstvom z življenjem na MSU – Michigan State University glede na premostitveni socialni kapital (ang. *bridging social capital*).

**Slika 3.4: Uporaba Facebooka in zadovoljstvo z življenjem**



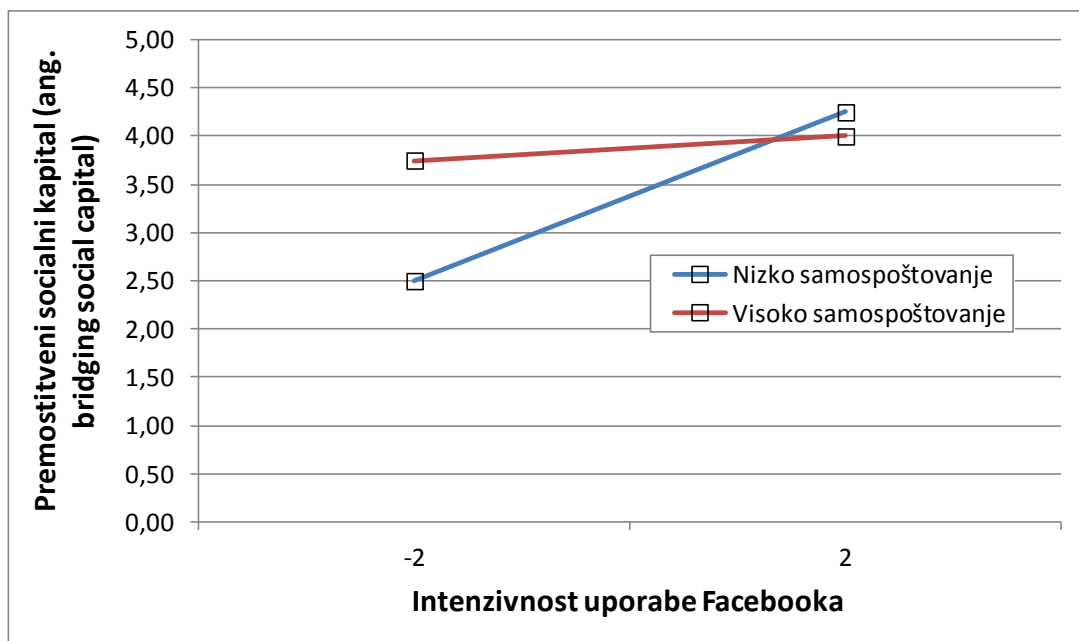
Vir: The Benefits of Facebook "Friends:"Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Ellison in drugi (2007, 1159).

Treba je sicer opozoriti, da je bilo nasprotno le malo razlik v stopnji premostitvenega socialnega kapitala med tistimi, ki so zelo zadovoljni z življenjem na univerzi. Ugotovitev, da uporaba Facebooka podpira domnevo, da »revni postajajo bogatejši« (ang. *poor get richer*), je

v nasprotju z izjavo »bogati postajajo bogatejši« (ang. *rich get richer*), kar zasledimo pri starejših ugotovitvah v predhodnih raziskavah (Kraut in drugi 2002). Pomenljiva pozitivna korelacija med intenzivnostjo uporabe Facebooka in zadovoljstvom z življenjem se kaže tudi v študiji z naslovom »Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students life satisfaction, trust and participation«, v kateri so raziskovalci med teksaškimi študenti podrobneje proučevali najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje Facebook in njegovo povezanost z vedenjem in odnosi, kar krepi socialni kapital posameznikov (Valenzuela in drugi 2009).

Ellison in drugi 2007 so v raziskavi prav tako ugotovili, da študenti, ki poročajo o nizkem samospoštovanju, z intenzivnejšo uporabo Facebooka povečujejo premostitveni socialni kapital. To pomeni, da so spletna socialna omrežja še posebej koristna za tovrstne uporabnike, saj lahko z njihovo pomočjo zvišajo socialno vključenost oziroma povečajo število socialnih interakcij v vsakdanjem oziroma realnem življenju (glej sliko 3.5). Podrobneje, spodnji podatki (glej sliko 3.5) prikazujejo interakcijo intenzivnosti uporabe Facebooka in samospoštovanja glede na premostitveni socialni kapital (ang. *bridging social capital*).

**Slika 3.5: Uporaba Facebooka in samospoštovanje**



Vir: The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Ellison in drugi (2007, 1159).

V okviru omenjene raziskave je bilo ugotovljeno tudi, da intenzivnost uporabe Facebooka pozitivno pripomore k povišanju posameznikove ravni ohranitvenega socialnega kapitala. S pomočjo Facebooka uporabniki namreč lahko ostanejo v stiku s sošolci iz srednje šole, kar najbolj očitno prikazuje »moč šibkih vezi«. Te potencialno koristne povezave so lahko dragocen vir novih informacij. Poleg tega ponujajo tudi možnost, da uporabniki Facebooka ostanejo v stiku s sošolci in tako nadomestijo občutke stiske zaradi izgube starih prijateljev (Ellison in drugi 2007). V okviru nadaljevalne študije »Internet paradox revisited« lahko podobno beležimo pozitivne učinke uporabe interneta na socialno vključenost in dobro počutje (Kraut in drugi 2002).

V okviru raziskave »Social networking sites and our lives« je bilo prav tako ugotovljeno, da ima tipičen uporabnik interneta v veliko višji meri kot drugi (neuporabniki interneta) občutek, da je mogoče zaupati ljudem. Uporabniki Facebooka so v večji meri zaupljivi, poznajo več ljudi, s katerimi lahko razpravljajo o pomembnih zadevah, dobijo več socialne podpore od drugih in so bolj politično angažirani od neuporabnikov (Hampton in drugi 2011).

V okviru raziskave »Social networking sites and our lives« zasledimo pomembno ugotovitev, da imajo uporabniki spletnih socialnih omrežij širše socialno omrežje tudi v vsakdanjem oziroma fizičnem svetu. Poznajo več ljudi, s katerimi se lahko pogovarjajo o pomembnih zadevah, in tako dobijo več socialne podpore (Hampton in drugi 2011). Podobne izsledke, da spletna socialna omrežja ustvarjajo močnejša socialna omrežja tudi v fizičnem svetu, je moč zaslediti tudi v okviru ugotovitev raziskovalcev novejše raziskave »Why most Facebook users get more than they give«, ki kaže, da je sklepanje prijateljstev na Facebooku povezano z višjo stopnjo socialne podpore tako na spletu kot v realnem svetu. Označevanje Facebook prijateljev na različnih fotografijah je povezano s poznavanjem večjega števila ljudi iz različnih družbenih okolij in tesnejšimi odnosi v živo (Hampton in drugi 2012). Podobne ugotovitve, da spletna socialna omrežja ustvarjajo močnejša socialna omrežja tudi v fizičnem svetu, beležimo že v zgodnji raziskavi »The bridging and bonding role of online communities«, kjer je bilo prav tako ugotovljeno, da spletne skupnosti služijo tudi poglobljanju obstoječih socialnih omrežij (Norris 2001).

Predstavimo še zadnjo temeljno ugotovitev, da so uporabniki, ki so bolj socialno družabni v realnem vsakdanjem življenju, bolj interaktivni tudi na spletnih socialnih omrežjih. Ugotovitev je bila potrjena v okviru raziskave, ki je podrobneje proučevala obseg

prijateljskega omrežja med odraslimi Američani, starimi od 25 do 74 let. Raziskava je potrdila, da se je obseg prijateljskega omrežja povečal od leta 2002 do leta 2007. Ta trend je podoben med neuporabniki interneta, lahкими, zmernimi in težkimi uporabniki interneta, v okviru različnih komunikacijskih kontekstov: neposrednega, spletnega in migracijskega prijateljstva. Težki uporabniki so še posebej aktivni, imajo največje število prijateljev tako neposredno kot na spletu (Wang in Wellman 2010). Ugotovitev, da so uporabniki, ki so bolj socialno družabni v realnem vsakdanjem življenju, bolj interaktivni tudi na spletnih socialnih omrežjih, lahko potrdimo tudi z raziskavo »Why most Facebook users get more than they give«, ki ugotavlja, da je sklepanje prijateljstev na Facebooku povezano z višjo stopnjo socialne podpore tako na spletu kot v realnem svetu. Širok spekter dejavnosti na Facebooku je povezan tudi s stopnjo politične participacije, medtem ko je označevanje Facebook prijateljev na različnih fotografijah povezano s poznavanjem večjega števila ljudi iz različnih družbenih okolij in s tesnejšimi odnosi v živo (Hampton in drugi 2012).

Kot smo že večkrat omenili, je socialni kapital kompleksen večdimenzionalen konstrukt, ki še zdaleč ni poenoten pojem ne v literaturi ne v raziskavah, ki so proučevale povezanost interneta in socialnega kapitala. Posledično se kaže težava v konceptualizaciji, merjenju in seveda tudi v pogosto nasprotujočih si rezultatih raziskav s področja spletnih socialnih omrežij in socialnega kapitala. Prave vplive je težko identificirati v smislu vzorčno-posledičnega odnosa; verjetno gre za soodvisne pojave. Zato je ustrezneje govoriti o povezanosti uporabe socialnih omrežij in socialnega kapitala kot o vplivih uporabe socialnih omrežij na socialni kapital.

Začetne raziskave so kazale dokaj nepoenotene rezultate o povezanosti interneta oziroma spletnih socialnih omrežij in socialnega kapitala. Vendar lahko zaključimo, da poznejše raziskave socialnega kapitala na ravni uporabe spletnih socialnih omrežij oziroma posamičnega spletnega socialnega omrežja dokaj enotno zaključujejo, da kljub različnim teoretičnim izhodiščem in drugačnim metodološkim nastavkom obstaja splošno ugotovljena pozitivna korelacija med uporabo spletnih socialnih omrežij in socialnim kapitalom.

Naj zaključim z mislijo, ki je bila napisana že kar nekaj časa nazaj, vendar še vedno zelo dobro ponazarja čas in prostor, v katerih živimo:

*S samo širitvijo digitalnih komunikacij se bo naše družbeno življenje podvojilo: na eni strani bomo še naprej neposredno komunicirali s soljudmi v fizični realnosti, na drugi strani pa se bo velik del našega medosebnega, skupinskega, organizacijskega in množičnega komuniciranja prenesel v podatkovni prostor oziroma kiberprostor, s čimer bo t. i. virtualna resničnost postala konstitutivni del naše vsakdanje družbene resničnosti (Škerlep 1998, 54).*

## 6 LITERATURA

1. Adler, S. Paul in Seok-Woo Kwon. 2000. *Social capital: The Good, the Bad, the Ugly*. Dostopno prek: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=186928](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=186928) (16. februar 2016).
2. --- 2002. *Social capital: Prospects for a new concept*. Dostopno prek: [http://www.csee.wvu.edu/~xinl/library/papers/social/social\\_capital.pdf](http://www.csee.wvu.edu/~xinl/library/papers/social/social_capital.pdf) (3. julij 2014).
3. Bašić Hrvatini, Sandra in Lenart J. Kučić. 2005. *Monopoli: družbena igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.
4. Bourdieu, Pierre. 1986/1997. The forms of capital. V *Education, Culture, Economy, and Society*, ur. Halsey A. H., Hugh Lauder, Phillip Brown in Amy Stuart Wells, 46–58. Oxford: Oxford University Press.
5. Boyd, M. Danah in Nicole B. Ellison. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> (4. april 2014).
6. Burt, Ronald. 1992. *Structural holes. The social structure of competition*. Dostopno prek: <http://personal.stevens.edu/~jbao/BIA658A/Session5/burt.pdf> (14. februar 2016).
7. Coleman, James S. 1988. *Social capital in the creation of human capital*. Dostopno prek: <http://www.sociologia.uniroma1.it/USERS/cpellegrini/Capitale%20sociale%20e%20mercato%20del%20lavoro%202014/c10-Coleman.pdf> (16. junij 2014).
8. Duggan, Maeve in Aaron Smith. 2014. *Social Media Update 2013*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/2013/12/PIP\\_Social-Networking-2013.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2013/12/PIP_Social-Networking-2013.pdf) (9. april 2014).
9. Duggan, Maeve in Joanna Brenner. 2013. *The Demographics of Social Media Users - 2012*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2013/PIP\\_SocialMediaUsers.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2013/PIP_SocialMediaUsers.pdf) (8. april 2014).
10. Duggan, Maeve, Nicole B. Ellison, Cliff Lampe, Amanda Lenhart in Mary Madden. 2015. *Social Media Update 2014*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI\\_SocialMediaUpdate20144.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20144.pdf) (8. december 2015).
11. Ebizmba. 2016. *Top 15 Most Popular Social Networking Sites. April 2016*. Dostopno prek: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> (9. april 2016).

12. Ellison, B. Nicole, Charles Steinfield in Cliff Lampe. 2007. The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full> (7. april 2014).
13. Falk, Ian in John Guenther. 1999. 1. *Role of situated trust in rural sustainability: Levels of trust community profile*. Dostopno prek: [https://www.researchgate.net/profile/John\\_Guenther2/publication/237464347\\_ROLE\\_OF\\_SITUATED\\_TRUST\\_IN\\_RURAL\\_SUSTAINABILITY\\_LEVELS\\_OF\\_TRUST\\_COMMUNITY\\_PROFILE/inks/54acd03d0cf2479c2ee85448.pdf](https://www.researchgate.net/profile/John_Guenther2/publication/237464347_ROLE_OF_SITUATED_TRUST_IN_RURAL_SUSTAINABILITY_LEVELS_OF_TRUST_COMMUNITY_PROFILE/inks/54acd03d0cf2479c2ee85448.pdf) (28. februar 2016).
14. Falk, Ian in Sue Kilpatrick. 2000. *What is social capital? A study of interaction in a rural community*. Dostopno prek: [http://eprints.utas.edu.au/896/1/Sociologia\\_Ruralis\\_paper.pdf](http://eprints.utas.edu.au/896/1/Sociologia_Ruralis_paper.pdf) (28. februar 2016).
15. Farr, James. 2004. *Social capital: A conceptual history*. Dostopno prek: <http://www.nisd.cass.cn/webpic/web/nisd/upload/2012/12/d20121221230747408.pdf> (10. april 2016).
16. Federal Networking Council. 1995. *FNC Resolution: Definition of "Internet"*. Dostopno prek: [http://www.nitrd.gov/fnc/Internet\\_res.aspx](http://www.nitrd.gov/fnc/Internet_res.aspx) (3. april 2014).
17. Fukuyama, Francis. 1999. *Social capital and civil society*. Dostopno prek: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm#I> (16. junij 2014).
18. Grootaert, Christiaan in Thierry van Bastelaer. 2001. *Understanding and measuring social capital: A synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative*. Dostopno prek: <http://siteresources.worldbank.org/INTSOCIALCAPITAL/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/SCI-WPS-24.pdf> (28. februar 2016).
19. Hampton, Keith N., Lauren Sessions Goulet, Lee Rainie in Kristen Purcell. 2011. *Social networking sites and our lives – 2011*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2011/PIP%20-%20Social%20networking%20sites%20and%20our%20lives.pdf> (9. april 2014).
20. Hampton, Keith, Lauren Sessions Goulet, Cameron Marlow in Lee Rainie. 2012. *Why most Facebook users get more than they give*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/2012/02/03/why-most-facebook-users-get-more-than-they-give/> (25. september 2014).

21. Hlebec, Valentina, Katja Lozar Manfreda in Vasja Vehovar. 2006. *The social support networks of internet users. New media and society* 8 (1). Dostopno prek: <http://www.fdvinfo.net/uploadi/editor/13357601059.full.pdf> (22. september 2014).
22. Hof, D. Robert. 2005. Pierre Omidyar on »Connecting People«. *BusinessWeek*, 19. junij. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2005-06-19/online-extra-pierre-omidyar-on-connecting-people> (16. marec 2016).
23. *Internet organization*. 2013. *A Focus on Efficiency. 2013*. Dostopno prek: [https://fbcdn-dragon-a.akamaihd.net/hphotos-ak-prn1/851575\\_520797877991079\\_393255490\\_n.pdf](https://fbcdn-dragon-a.akamaihd.net/hphotos-ak-prn1/851575_520797877991079_393255490_n.pdf) (9. april 2014).
24. Internet World Stats. 2015. *European Union*. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/europa.htm#si> (4. februar 2016).
25. Jarrett, Kylie. 2008. *Interactivity is evil! A critical investigation of Web 2.0*. Dostopno prek: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2140/1947> (3. april 2014).
26. Jerman-Blažič, Borka in Tomaž Turk. 1996. *Internet*. Ljubljana: Novi forum. Ljubljana Delo.
27. Kalin, Tomaž. 1998. Uvod v tehnologijo Interneta. V *Internet v Slovenij: projekt RIS '96-'98*, ur. Vasja Vehovar, 10–23. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Kilpatrick, Sue, John Field in Ian Falk. 2003. *Social Capital: an analytical tool for exploring lifelong learning and community development*. Dostopno prek: [http://eprints.utas.edu.au/192/1/CBER\\_29\\_3\\_08\\_Kilpatrick.pdf](http://eprints.utas.edu.au/192/1/CBER_29_3_08_Kilpatrick.pdf) (3. julij 2014).
29. Kitchin, Rob. 1998. *Cyberspace: the world in the wires*. Chichester: John Wiley.
30. Kleindl, Brad Alan. 2003. *Strategic Electronic Marketing. Managing Business 2E*. Missouri: Southern State College.
31. Komito, Lee. 1998. *The Net as a Foraging Society: flexible communities*. Dostopno prek: <http://www.ucd.ie/lis/komito/virtband.htm> (3. april 2014).
32. Kraut, Robert, Michael Patterson, Vicki Lundmark, Sara Kiesler, Tridas Mukopadhyay in William Scherlis. 1998. Internet Paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being. *American Psychological Association* 53 (9). Dostopno prek: <http://www.cs.cmu.edu/~kiesler/publications/1998pdfs/1998Kraut-InternetParadox.pdf> (23. september. 2014).
33. --- Sara Kiesler, Jonathon Cummings, Bonka Boneva, Vicki Helgeson in Anne Crawford. 2002. Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues* 58 (1). Dostopno



- prek: <http://homenet.hcii.cs.cmu.edu/progress/paradox-revisited-16%20-2.pdf> (8. april. 2014).
34. Lenarčič, Blaž. 2010. *Socialni kapital v virtualnih skupnostih*. Koper: Univerza na Primorskem.
35. Lenhart, Amanda in Mary Madden. 2007. *How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/oldmedia//Files/Reports/2007/PIP\\_Teens\\_Privacy\\_SNS\\_Report\\_Final.pdf.pdf](http://www.pewinternet.org/files/oldmedia//Files/Reports/2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf.pdf) (7. april 2014).
36. Lenhart, Amanda, Aaron Smith, Monica Anderson, Maeve Duggan in Andrew Perrin. 2015. *Teens, technology and friendships*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/files/2015/08/Teens-and-Friendships-FINAL2.pdf> (8. december 2015).
37. Newsroom Facebook. 2014. *Company info*. Dostopno prek: <http://newsroom.fb.com/company-info/> (9. april 2014.)
38. Nie, Norman, D.Sunshine Hillygus. 2002. The impact of Internet use on sociability. Time-diary findings. *IT and Society* 1(1). Dostopno prek: <http://sites.duke.edu/hillygus/files/2014/05/v01i01a01.pdf> (22. september 2014).
39. Norris, Pippa. 2002. The bridging and bonding role of online communities. *The International Journal of Press/Politics* 7(3). Dostopno prek: [http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Articles/Articles%20published%20in%20journals\\_files/Bridging\\_Bonding\\_2002.pdf](http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Articles/Articles%20published%20in%20journals_files/Bridging_Bonding_2002.pdf) (25. september 2014).
40. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Spet kot medij in medij na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
41. Papacharissi, Zizi. 2007. The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New media and society*. Dostopno prek: [http://zizi.people.uic.edu/Site/Research\\_files/VirtualGeographiesFacebook.pdf](http://zizi.people.uic.edu/Site/Research_files/VirtualGeographiesFacebook.pdf) (9. december 2015).
42. Perrin, Andrew. 2015. *Social Media Usage: 2005-2015*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/2015/10/PI\\_2015-10-08\\_Social-Networking-Usage-2005-2015\\_FINAL.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2015/10/PI_2015-10-08_Social-Networking-Usage-2005-2015_FINAL.pdf) (8. december 2015).
43. Petrič, Gregor. 2007. *Moj ego je težak 500 prijateljev. Slovenci v spletnih socialnih omrežjih*. Dostopno prek: [http://www.mladina.si/tehdnik/200750/clanek/nar--facebook-deja\\_crnovic/](http://www.mladina.si/tehdnik/200750/clanek/nar--facebook-deja_crnovic/) (8. april. 2014).
44. --- 2008. Ni ločnice med virtualnim in realnim. *Dnevnik*, 20. september. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/objektiv/vec-vsebin/1042208250> (9. april 2014).

45. --- in Andraž Petrovčič. 2008. Strukturni in upravljavski dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih. *Družboslovne razprave* 24 (58). Dostopno prek: <http://družboslovnerazprave.org/clanek/pdf/2008/58/3/> (4. april 2014).
46. Porter, Elise. 2004. *A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research*. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x/full> (3. april 2014).
47. Portes, Alejandro. 1998. *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*. Dostopno prek: [http://digicult.net/moss\\_texts/SOCIALCAPITAL\\_ItsOriginsandApplicationsinModernSociology.pdf](http://digicult.net/moss_texts/SOCIALCAPITAL_ItsOriginsandApplicationsinModernSociology.pdf) (3. julij 2014).
48. Putnam, Robert. 1993. *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University press.
49. --- 2000. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy* 6 (1). Dostopno prek: [http://canonsociaalwerk.be/1995\\_Putnam/1995,%20Putnam,%20bowling%20alone.pdf](http://canonsociaalwerk.be/1995_Putnam/1995,%20Putnam,%20bowling%20alone.pdf) (3. julij 2014).
50. Rheingold, Howard. 1993. *The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Dostopno prek: <http://www.rheingold.com/vc/book/> (3. april 2014).
51. Schwartz, Evan I. 1997. *Webonomics*. New York: Broadway books.
52. Smith, Aaron. 2012. *Why Americans use social media*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet20Social.org/files/oldmedia//Files/Reports/2011/Why%20Americans%20Use%%20Media.pdf>
53. Statistic brain. 2015. Facebook statistics. Dostopno prek: <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/> (9. december 2015).
54. Statistični urad Republike Slovenije. 2013. *Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2013 - končni podatki*. Dostopno prek: [https://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5795](https://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5795) (3. april 2014).
55. --- 2015. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=5509&idp=10&headerbar=8> (4. februar 2016).
56. Stone, Wendy. 2001. *Measuring social capital. Towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family and community life*. Dostopno prek [http://www.cedarscenter.org/resources/Measuring\\_Social\\_Capital.pdf](http://www.cedarscenter.org/resources/Measuring_Social_Capital.pdf)
57. Strehovec, Janez. 1992. Umetnost virtualnih strojev. *Virtualna resničnost, Časopis za kritiko znanosti* 20 (150/151): 43–58.

58. Škerlep, Andrej. 1998. Model računalniško posredovane komunikacije: Tehnološka matrika in praktična raba v družbenem kontekstu. V *Internet v Sloveniji: projekt RIS '96-'98*, ur. Vasja Vehovar, 24–53. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
59. The World Bank. 2008. *What is social capital*. Dostopno prek: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185164~menuPK:418217~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html> (3. julij 2014).
60. Trček, Franc. 1997. Virtualna demokracija - navideznost ali dejanskost? *Družboslovne razprave* 13 (24/25): 98–117. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr24-25Trcek.PDF> (3. april 2014).
61. --- 1998. Demokratični potencial kibernetkega prostora. V *Internet v Sloveniji: projekt RIS '96-'98*, ur. Vasja Vehovar, 193–203. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
62. Ule, Mirjana. 2004. *Socialna psihologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
63. --- 2009. *Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
64. Valenzuela, Sebastian, Namsu Park in Kerk F. Kee. 2009. Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students life satisfaction, trust and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (4). Dostopno prek: [http://geekyartistlibrarian.pbworks.com/f/Zach\\_EDHE6520\\_Is%2520There%2520Social%2520Capital%2520in%2520a%2520Social%2520Network%2520Site%2520-%2520Facebook%2520Use.pdf](http://geekyartistlibrarian.pbworks.com/f/Zach_EDHE6520_Is%2520There%2520Social%2520Capital%2520in%2520a%2520Social%2520Network%2520Site%2520-%2520Facebook%2520Use.pdf) (25. september 2014).
65. Vidmar, Tone. 1997. *Računalniška omrežja in storitve*. Ljubljana: Atlantis.
66. --- 2002. *Informacijsko-komunikacijski sistem*. Ljubljana: Pasadena.
67. Wadsworth, Jennifer. 2013. *Canadians are the most active Facebook users in the world*. Dostopno prek: <http://www.insidefacebook.com/2013/08/23/canadians-still-the-most-active-facebook-users-in-the-world/> (9. april 2014).
68. Wang, Hua in Barry Wellman. 2010. Social Connectivity in America: Changes in Adult Friendship Network Size From 2002 to 2007. *American Behavioral Scientist*; 53 (8). Dostopno prek: <http://groups.chass.utoronto.ca/netlab/wp-content/uploads/2012/05/Social-Connectivity-in-America-Changes-in-Adult-Friendship-Network-Size-from-2002-to-2007.pdf> (25. september 2014).
69. Wellman, Barry , Anabel Quan Haase, James Witte in Keith Hampton. 2001. Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? *Social Networks*,

- Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist* 45 (3).  
Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/content/45/3/436.abstract> (4. april 2014).
70. Williams, Dmitri. 2006. On and Off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11 (2). Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x/pdf> (22. september 2014).
71. Woolcock, Michael in Deepa Narayan. 2000. *Social capital: Implications for development theory, research, and policy*. Dostopno prek: <http://deepanarayan.com/pdf/papers/woolcock.pdf> (28. februar 2016).
72. Zerdick, Axel, Arnold Picot, Klaus Schrape, Alexander Artope, Klaus Goldhammer, Ulrich T. Lange, Eckart Vierkant, Esteban Lopez-Escobar in Roger Silverstone. 2000. *E-economics: strategies for the digital marketplace*. Berlin: Springer.