

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Martina Rameša

**Ocena politične participacije na spletu  
skozi teorijo spirale molka**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Martina Rameša

Mentor: doc. dr. Gregor Petrič

**Ocena politične participacije na spletu  
skozi teorijo spirale molka**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

*Družini in prijateljem, ki so mi med pisanjem diplome stali ob strani.*

## **Ocena politične participacije na spletu skozi teorijo spirale molka**

Svetovni splet nedvomno predstavlja pomembno okolje komunikacije in zato politične participacije ne gre več raziskovati brez vključevanja virtualne javne sfere. Kljub temu izražanje mnenja na spletu med mladimi ne dosega vseh potencialov spletnega okolja. Cilj pričujočega dela je pojasniti pomanjkanje izražanja mnenja na spletu skozi spiralo molka v virtualnem okolju. Uporabljene so bile hipoteze, specifične za teorijo spirale molka in vključeni so bili dejavniki komunikacije v spletnem okolju. Sama raziskava je bila umeščena v okolje spletnega družbenega omrežja Facebook in opravljena s pomočjo spletne ankete. Anketo sem opravila med uporabniki Facebooka mlajše generacije, ki sem jih skušala pritegniti tudi s temo sprejetja Zakona o malem delu oz. reorganizaciji študentskega dela. Tema je bila izbrana kot populaciji najbližje aktualno politično dogajanje leta 2010, ki je v javnosti zbuvalo precej različne odzive. Rezultati raziskave so potrdili, da večinska mnenjska klima pomembno vpliva na pripravljenost izražanja mnenja in da ga anonimnost računalniško posredovane komunikacije dejansko okrepi. Izkazalo se je tudi, da ima višja stopnja pripravljenosti za izražanje mnenja v spletnem okolju pozitiven učinek na dejansko izražanje mnenja. Diplomsko delo zaključujem z vrednotenjem zastavljenih hipotez in ga v zaključku dopolnim z lastno refleksijo in možnimi izboljšavami ter predlogi za nadaljnje raziskovanje te obširne teme.

**Ključne besede:** politična participacija, računalniško posredovana komunikacija, spirala molka, Facebook

## **Assessment of Political Participation Online through the Spiral of Silence Theory**

The world-wide web certainly represents an important part of our communication environment; therefore, political participation can no longer be researched without considering the virtual public sphere. However, the young do not exploit all potentials of the web environment to express their opinions. The objective of this diploma work was to explain a shortfall in online expression of opinions through the spiral of silence in the virtual environment. The hypotheses set were specific to the theory of the spiral of silence and the factors of online communication were taken into consideration. The research itself was carried out in the Facebook social network and performed by means of a web survey. The survey was conducted among the Facebook users of younger generation whom I tried to attract with a current and popular topic of the acceptance of the Act on Small Work or the reorganisation of students' work. The results confirmed a significant impact of the public opinion climate on the willingness to express opinions and that the anonymity of computer-mediated communication strengthens the expression of opinions. It was also proven that a higher degree of willingness to express opinion in the web environment has a positive effect on the actual expression of opinion. This diploma work concludes with evaluation of the set hypotheses, followed by some personal reflections and the discussion of possible improvements and suggestions for further research on this vast subject.

**Key words:** political participation, computer-mediated communication, spiral of silence, Facebook

# KAZALO

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>UVOD.....</b>                                   | <b>7</b>  |
| <b>2</b> | <b>SPLET IN IZRAŽANJE MNENJA .....</b>             | <b>9</b>  |
| 2.1      | RABA SPLETA V SLOVENIJI.....                       | 9         |
| 2.2      | PARTICIPACIJA NA SPLETU .....                      | 10        |
| 2.2.1    | INTERNET KOT VIR INFORMACIJ .....                  | 12        |
| 2.2.2    | INTERNET KOT MEDIJ KOMUNIKACIJE .....              | 12        |
| 2.2.3    | INTERNET KOT JAVNA SFERA .....                     | 12        |
| 2.3      | IZRAŽANJE MNENJA.....                              | 13        |
| 2.4      | IZRAŽANJE MNENJA NA SPLETU.....                    | 14        |
| <b>3</b> | <b>SPIRALA MOLKA .....</b>                         | <b>18</b> |
| 3.1      | KRITIKE SPIRALE MOLKA .....                        | 20        |
| 3.2      | SPIRALA MOLKA V SPLETNEM OKOLJU .....              | 22        |
| <b>4</b> | <b>TEORETSKI MODEL.....</b>                        | <b>24</b> |
| 4.1      | RAZISKOVALNO OKOLJE.....                           | 27        |
| 4.2      | OPERACIONALIZACIJA KLJUČNIH POJMOV .....           | 28        |
| <b>5</b> | <b>EMPIRIČNI DEL .....</b>                         | <b>33</b> |
| 5.1      | IZVEDBA ANKETE .....                               | 33        |
| 5.2      | VZORČENJE IN VZOREC .....                          | 34        |
| <b>6</b> | <b>STATISTIČNA ANALIZA REZULTATOV .....</b>        | <b>37</b> |
| 6.1      | OBRAZLOŽITEV UPORABLJENIH STATISTIČNIH METOD ..... | 37        |
| 6.2      | MERJENI KONCEPT .....                              | 38        |
| <b>7</b> | <b>OCENA MERJENIH INDIKATORJEV .....</b>           | <b>40</b> |
| 7.1      | OBČUTEK PRIPADNOSTI SKUPINI .....                  | 41        |
| 7.2      | POLITIČNA UČINKOVITOST .....                       | 41        |
| 7.3      | UČINEK ANONIMNOSTI.....                            | 42        |
| 7.4      | STRAH PRED IZOLACIJO.....                          | 42        |
| <b>8</b> | <b>OBLIKOVANJE SESTAVLJENIH SPREMENLJIVK .....</b> | <b>43</b> |
| 8.1      | PREVERJANJE HIPOTEZ .....                          | 44        |
| <b>9</b> | <b>UGOTOVITVE IN ZAKLJUČEK.....</b>                | <b>46</b> |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| <b>10</b> | <b>LITERATURA.....</b>                            | <b>51</b> |
| <b>11</b> | <b>PRILOGE.....</b>                               | <b>54</b> |
|           | PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK.....                | 54        |
|           | PRILOGA B: OPISNE STATISTIKE SPREMENLJIVK.....    | 58        |
|           | PRILOGA C: IZPISI REGRESIJSKIH KOEFICIENTOV ..... | 60        |

# 1 UVOD

Svetovni splet je nedvomno vse pomembnejša dimenzija življenja sodobnih ljudi; komunikacija in socializacija se vedno bolj prenašata na spletne servise in različne oblike spletnih skupnosti. Uporaba interneta glede na zadnje podatke raziskave Raba interneta v Sloveniji - RIS dosega 64% med 10. in 74. letom starosti (RIS 2009). Na spletu se v veliki meri aktivno udeležujejo predvsem mladi – o tem pričajo podatki raziskave RIS, ki rabo interneta med 10im in 29im letom ocenjuje nad 90% (RIS 2009). Pozornost strokovnjakov velja predvsem zmožnostim spleta kot komunikacijskega orodja za upravljanje s podatki oziroma hranjenje, iskanje in širjenje informacij (Oblak 2002a, 114). Splet nudi številne informacije, a ostaja vprašanje, v kolikšni meri se uporabniki odločajo za odziv na te informacije z izražanjem mnenja. V pluralistični družbi različnih pogledov in raznolikimi možnostmi izražanja se neizogibno srečamo z mnenji, ki so nasprotna našim (Hayes in drugi 2001, 45). V delovanju ljudi je razviden vpliv družbenega okolja, ki posameznike tudi v moderni dobi (ki jo opredeljuje svobodna izbira lastne opredelitve) zadržuje, da bi izrazili mnenja, ki bi jih pred ostalimi izolirala. Prav strah pred izolacijo in zaznavanje mnenjske klime sta ključna elementa v teoriji spirale molka avtorice Elisabeth Noelle-Neumann. Kot ugotavljata Liu in Fahmy (2009, 6), v spletnem okolju teorija ostaja še relativno neraziskana, obstaja pa nekaj primerov, kjer je spirala molka testirana v primerjavi s komunikacijo v realnem okolju (npr. Liu in Fahmy 2009 in Ho in McLoad 2008).

Osrednja tema diplomskega dela – teorija spirale molka, skozi katero bo v nadaljevanju analizirano izražanje mnenja, v grobem predstavlja odnos med javno izraženimi mnenji in poudarja njihov normativni vpliv, ki obenem opozarja na pomen socialne zaznave in zmožnosti zaznavanja prevladujočih mnenj. Spirala molka bo v nadaljevanju predstavljena skozi model dejavnikov, ki so vezani na izražanje mnenja (Petrič in Pinter 2002, 38).

V nadaljevanju bom skušala kritično ovrednotiti participacijo na spletu skozi sodelovanje v oblikovanju mnenja o aktualnih političnih zadevah znotraj različnih spletnih skupnosti. Poudarek bo veljal pripravljenosti izražanja mnenja v skupini, ki ni vedno naklonjena enakemu mnenju kot sporočevalec; o tem pa natančneje govori tudi teorija spirale molka, kot jo predstavlja Noelle-Neumann. Ključni pojmi spirale molka bodo predstavljeni v skladu z zamislivi avtorjev Scheufele in Moy (v Petrič in Pinter

2002, 38) in obenem obogateni z dejavniki, specifičnimi za zakonitosti spletne komunikacije.

V teoretičnem začetku diplomskega dela bo predstavljen splet kot okolje komunikacije, nato pa bo natančneje opredeljena ključna teorija spirale molka Elisabeth Noelle-Neumann. V teoretičnem delu se bom naslonila na sekundarne vire, predvsem akademske članke, ki obravnavajo povezave med spletom in možnostjo participacije, posebno v luči teorije spirale molka. V empiričnem delu bodo razsežnosti slednje raziskane z metodo anketiranja, ki se bo nanašala na delovanje na spletu, natančneje na sklop dejavnikov, ki vplivajo na izražanje mnenja v spletni komunikaciji. S tem želim raziskati dejavnike, ki vplivajo na to, ali bo posameznik izrazil svoje mnenje ali ga bo zaradi pritiska spletne skupnosti zadržal.

Pomemben cilj pričujočega diplomskega dela pa je tudi aktualnost in vpetost v trenutne politične razmere, ki se odražajo na spletu. Kot raziskovalno okolje sem tako izbrala aktualno temo reorganizacije študentskega dela oziroma odnos do napovedanega sprejetja Zakona o malem delu.

Empirični del bo slonel na anketiranju mladih o pripravljenosti za izražanje mnenja glede Zakona o malem delu na spletu oziroma v raznovrstnih spletnih skupnostih (Facebook, forumi, Twitter, klepetalnice itd.). S spletno anketo želim pridobiti natančnejši pregled izražanja mnenja znotraj spletnih skupnosti. Za ocenjevanje vpliva spirale molka pa bo potrebno tudi raziskati, kako učinkovito je sploh zaznavanje klime preko spletnih signalov, saj je prav zaznavanje mnenjske klime ogrodje spirale molka (Liu in Fahmy 2009, 6). Vprašanje pravice do študentskega dela sem izbrala, ker je v letošnjem letu slednje zbuvalo veliko odziva predvsem v študentski populaciji, ki bo tudi služila za vzorčni okvir empiričnega dela diplomske naloge. Empirični del bo nato dopoljen z analitičnim sistematičnim pregledom rezultatov ankete in pripadajočimi statističnimi testi.

V zaključku bom izbrane hipoteze potrdila ali ovrgla, ter oblikovala razmislek o pomanjkljivostih in možnih rešitvah problematike raziskovanja spirale molka v spletnem okolju.



## 2 SPLET IN IZRAŽANJE MNENJA

Po uvodnih besedah sledi natančnejša opredelitev rabe interneta in njegove vloge v sodobni komunikaciji. Računalniško posredovana komunikacija (v nadaljevanju tudi RPK) se velikokrat ponuja kot nova pot demokracije, široka pot informacij in možnost enakovredne participacije, vendar se zdi, da uporabniki spletnih storitev še daleč ne izkoriščajo participatornih prednosti spleta in vseh možnosti informacij, ki jih nudi. S tem se navezujem na teorijo spirale molka, ki slika sporočevalca daleč od informiranega odgovornega ideala demokracije. Participacijo posameznika namreč omejuje družbena narava in njegova socialno-psihološka slika.

V analizah pomena svetovnega spleta sta očitni dve smeri razumevanja vloge le-tega. Albrecht (2003) v analizi participacije na spletu opozarja na dva vidika: zagovorniki demokracije predpostavijo nove tehnologije kot vir krepitve in izboljšanja demokratskih procesov, na drugi strani pa skeptiki opozarjajo, da bi internet lahko izmaličil politični prostor in ustvarjal nove probleme in ne reševal obstoječih težav treh ključnih elementov političnega udejstvovanja: pridobivanje informacij, možnost razprave in volitev.

### 2.1 Raba spleta v Sloveniji

V sodobni informacijski družbi je splet postal novo komunikacijsko orodje, kar je razvidno tudi iz priložene Tabele 1 z nazornim prikazom rabe interneta med gospodinjstvi v Sloveniji, ki priča tudi o naraščanju rabe v zadnjih treh letih.

**Tabela 2.1:** Redni uporabniki<sup>1</sup> interneta po starosti, Slovenija, 1. četrletje, 2007 – 2009.

|                | 1. četrletje 2007 | 1. četrletje 2008 | 1. četrletje 2009 |
|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                | delež (%)         | delež (%)         | delež (%)         |
| <b>10 - 74</b> | 56                | 58                | 64                |
| <b>16 - 74</b> | 53                | 56                | 62                |
| <b>10 - 15</b> | 90                | 95                | 98                |
| <b>16 - 34</b> | 84                | 88                | 91                |
| <b>35 - 54</b> | 53                | 56                | 66                |
| <b>55 - 74</b> | 14                | 17                | 22                |

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (2009a).

<sup>1</sup> Redni uporabniki interneta so posamezniki, ki so internet uporabljali v zadnjih treh mesecih.

V nadaljevanju se bom navezovala na značilnosti spletne skupnosti, kot to predstavlja Rheingold (1993): spletne skupnosti so socialni agregati, ki nastajajo na mreži, ko ljudje razpravljajo dovolj dolgo z zadostno dimenzijo človeškega, da se oblikujejo omrežja osebnih odnosov v kibernetičnem prostoru. Pomembna karakteristika virtualnih skupnosti je prednost združevanja na osnovi interesov in ne geografske bližine. Rheingold (1993) hkrati opozarja, da ne gre govoriti o enotni, monolitični subkulturi v spletnem okolju. Ta je prav tako razdrobljena, stalna in nestalna, kot so subkulture v ti. "RL" - resničnem življenju.

Slovenski uporabniki se združujejo v okviru raznolikih spletnih skupnosti, vključujoč spletna socialna omrežja (npr. Facebook, Myspace, Twitter), spletne forume, video in foto skupnosti (npr. Youtube, Flickr), bloge, klepetalnice, multi-player igre (WoW), virtualne svetove (npr. Second Life) in servise za spoznavanje. Med navedenimi so na ravni vsakodneвне rabe najbolj popularna spletna socialna omrežja (27% anketiranih) ter video in foto skupnosti (22%), najmanj pa spletni servisi za spoznavanje in virtualni svetovi (RIS 2010, 31).

## **2.2 Participacija na spletu**

Ker teorija spirale molka sega globoko na področje izražanja mnenja o aktualno-političnih zadevah z moralno noto, je smiselno v kratkem razdelati tudi področje politične participacije na spletu. Področje je obsežno, zato bo v nadaljevanju politična participacija le ožje predstavljena. Politična participacija množicam predstavlja vse bolj pomembno, tehnološko podprto pot do demokracije. Pomen politične participacije preko spleta se je izkazal in začel razvijati s predsedniško kampanjo v ZDA leta 2004.

Tradicionalno politična participacija izraža večjo prisotnost družbeno privilegiranih, ki izhajajo iz dostopnosti in možnosti izrabe sredstev slednjih. Participacija je tako najpogosteje pripisana osebam, ki si jo lahko "privoščijo" z viri, kot so čas, denar in državljanske sposobnosti, hkrati pa imajo tudi izoblikovan odnos do politike in politično motivacijo (Anduiza 2008). Spletno udejstvovanje na političnem področju je še posebej značilno za represivne režime, kjer je pa obenem internet znatno bolj omejevan in nadzorovan, a ostaja edini prostor, kjer je mnenje lahko anonimno izraženo in zato težje sankcionirano, kot bi to bil slučaj z izražanjem lastnega mnenja v tradicionalnih medijih ali v javnosti. S tega vidika je vprašljiv tudi izkaz učinkov spirale molka v zahodnih demokratičnih družbah. Obenem pomembno vlogo pri politični participaciji odigra tudi

zaupanje v politični sistem in občutek lastne možnosti vpliva na politična dogajanja. Kot omenjata Reef & Knoke (v Min 2007), je politična participacija tesno povezana tudi z občutkom politične učinkovitosti.

Davis in Owen (v Oblak 2003, 52) spletu pripisujeta štiri osnovne funkcije:

- bistveno enostavnejši dostop do novic in političnih informacij;
- povezovanje med uradništvom in državljani prek različnih spletnih strani;
- vzpostavljanje forumov za politično razpravljanje;
- zbiranje stališč in ocenjevanje javnega razpoloženja, ki se lahko odraža v takojšnjem odzivu in odločitvah.

Moderno obliko politične participacije, ki se je razmahnila z razvojem Web 2.0, številni avtorji obravnavajo do neke mere kot kvalitativni preskok. Splet omogoča nove oblike vplivanja, ki so sedaj dostopne znatno širšemu krogu uporabnikov. Best in Krueger (v Anduiza 2008) omenjata, da analiza politične participacije brez vključevanja online oblike v današnjem času ni možna.

V tej točki velja temo politične participacije na spletu povezati tudi s kompleksnejšim pojmom e-demokracije. Slednjo Treschel (2003, 10) opredeli kot celoto elektronskih sredstev komunikacije, ki omogočajo državljanom, da "nadzorujejo dejanja vladajočih". Glede na stopnjo demokracije političnega sistema pa so ji pripisane različne funkcije: (1) povečanje transparentnosti političnega procesa, (2) spodbujanje neposredne participacije državljanov in (3) izboljšave pri oblikovanju mnenja prek novih prostorov informiranja in deliberacije. V nadaljevanju naloge se bom oprla na dejansko izražanje mnenja znotraj teorije spirale molka kot dimenzije participacije v oblikovanju mnenja prek novih prostorov informiranja in deliberacije.

Neposredno elektronsko demokracijo, kot jo opisuje Tanja Oblak (2003), opredeljuje nekaj kazalcev: nova vloga državljana v sodobnih političnih procesih s pomočjo IKT, pri čemer privzema obstoj idealnega državljana, ki je obveščen in pripravljen izraziti svoje mnenje. Takemu pa naj bi bil prav splet idealen prostor za iskanje in posredovanje informacij.

Internet ima kot sodobni medij izredno pomembno vlogo pri oblikovanju javnega mnenja; Polat (2005) vlogo interneta v participaciji na ravni aktualno-političnih zadev razlaga na treh ravneh:

- internet kot vir informacij,
- internet kot medij komunikacije,
- internet kot javna sfera.

### **2.2.1 Internet kot vir informacij**

Polat (2005, 437) navaja predpostavko, da internet omogoča povečanje participacije skozi hitrejši in širši dostop do informacij, ki je pomemben pogoj informacijske družbe. Ključna prednost interneta pri širjenju političnih informacij je namreč prav njegova nizka cena in hitrost. Temu navkljub povezava med višjo stopnjo dostopnosti informacij ostaja predmet razprav in ni povsem enoznačna in zlahka razvidna. Ostaja namreč razkorak med dostopom in dejansko uporabo.

### **2.2.2 Internet kot medij komunikacije**

Ker bo nadaljevanje naloge obravnavalo izražanje mnenja na spletu, naj v kratkem opredelim internet kot medij komunikacije. Kot podlago izražanja mnenja razumem obstoj komunikacije preko spleta, oziroma "proces pošiljanja sporočil z neposredno uporabo računalnikov" (Praprotnik 2003, 16). Okolje tovrstne računalniško posredovane komunikacije pa so virtualne skupnosti, katerim posvečam pozornost skozi diplomsko nalogo. Virtualne skupnosti so nadalje opredeljene kot interakcija med dvema ali več posamezniki, ki komunicirajo preko interneta (Praprotnik 2003).

### **2.2.3 Internet kot javna sfera**

Vloga interneta kot javne sfere, ki spodbuja politično debato v zadnjih letih, vse bolj narašča (Shah, Tian v Liu in Fahmy 2009, 1). Internet kot javna sfera je že dalj časa predmet teoretične razprave in v kratkem lahko teorije delimo na dva nasprotujoča pola: en stran zagovarja splet kot dodatek konvencionalni javni sferi, medtem ko druga stran splet predstavlja kot popolnoma novo in drugačno pojavno obliko javne sfere (Oblak 2002b, 8). Dahlgren (v Oblak 2002b, 9) predstavlja termin posredovana javna sfera<sup>2</sup>, ki

---

<sup>2</sup> Ang. mediated public sphere.

se nanaša na dejstvo, da so mediji znatno razširili potencial prepoznavnosti, kar je še predvsem izrazito na področju širše dostopnosti za doseganje prepoznavnega.

Slevin (v Oblak 2002b, 9) opozarja na vlogo novih tehnologij; v prenovi javne sfere slednje postanejo vse pomembnejše, saj celoten spekter posredovane komunikacije (vključujoč splet) prispeva k sferi, v kateri se prenaša znanje in oblikujejo mnenja. Pojem javne sfere je osnovan na obstoječem komunikacijskem procesu in sloni na delu dominantnih oblik komunikacije.

### **2.3 Izražanje mnenja**

Pri izražanju mnenja velja najprej pojasniti, kaj je javno mnenje. Noelle-Neumann (v Scheufele in Moy 2000, 6) predstavlja dva možna pristopa razumevanja: (1) javno mnenje kot racionalnost in (2) javno mnenje kot socialna kontrola. Javno mnenje lahko predstavimo kot dominantno mnenje skupine ali družbe, ki legitimira dejanja tistih, ki se sklicujejo nanj in de-legitimira dejanja nasprotujočih (Ule 2002, 14). Pri tem velja opozoriti na širino samega izražanja mnenja. Noelle-Neumann (1993, 34-35) opozarja, da je to vse od nošenja strankarskih priponk, izbire modnega sloga, časopisa do trganja posterjev, odsotnost vseh tovrstnih dejanj pa se pojmuje kot molk. Zapisano bom upoštevala tudi sama in tudi v spletni komunikaciji izražanje mnenja pojmovala širše kot zgolj sodelovanje v debati.

Spremembe sodobne družbe pa prinašajo tudi novosti v pojmovanju pomena in vpliva javnega mnenja, saj njegov pomen v proučevanju družbe upada. Po besedah M. Ule (2002, 17) je zmanjšana relevantnost javnega mnenja (kot odraza socialnih in vrednotnih opredelitev ljudi) posledica dveh procesov: procesa individualizacije z razkrajanjem kolektivnih tradicionalnih identitet in fluidna narava novih oblik ter procesa globalizacije, ki lomi meje nacionalnih držav in jih nadomešča z nadnacionalnimi, naddržavnimi, medkulturnimi vezmi in soodvisnostmi brez razvidnih subjektov in prepoznavnih centrov moči.

Wyatt s soavtorji (1996, 230) v raziskovanju izražanja mnenja opaža razhajanje med možnostjo izražanja mnenja in odsotnostjo istega v realnosti: deklarativno demokratičnemu okolju navkljub, se ljudje pogosto zadržujejo pred izražanjem mnenja – tako v javnosti kot tudi v zasebni sferi. Avtorja kot možne vzroke inhibicije izražanja mnenja navajata občutke neusposobljenosti, ignorance, apatije in nemoči,

nepripravljenost prilagajanja družbenim normam, strah pred nasprotovanjem večini in strah pred avtoriteto. Holander (ibid.) poudarja tudi naslednje dejavnike: strah pred nestrinjanjem, občutek pomanjkanja alternativ, občutek ogrožanja dogodka, zmotna predstava o naklonjenosti okolice določenem pogledu, zavračanje prevzemanja odgovornosti in občutek nemoči.

V primeru spirale molka je potrebno predstaviti dvojni vpliv mnenjske klime; slednja lahko (v primeru nasprotovanja) sporočevalca spravi v neugoden položaj in dvom, ali naj svoje mnenje še naprej zagovarja ali postavi pod vprašaj. Če pa javno mnenje sporočevalcu pritruje, slednji svoje mnenje oceni kot pravilno in družbeno potrjeno. Naravno je pričakovati, da bomo splošno sprejeto mnenje zlahka izražali oziroma ga zadržali zase, če nam javna klima ne bo naklonjena (Hayes in drugi 2001, 45).

## **2.4 Izražanje mnenja na spletu**

Komunikacija se odvija skozi nove oblike skupinskega druženja, nekoč klepetalnice IRC (Internet Relay Chat), novičarske skupine in danes obsežne virtualne skupnosti. Z razvojem omenjenih se odkriva nova možnost izražanja predvsem za stigmatizirane, saj naj bi internet prav stigmatiziranim pod okriljem anonimnosti omogočal izražanje mnenja. Prednosti interneta segajo tudi v omogočanje dostopa do številnih informacij, dostopanje do specifičnih skupin in enostavnejše doseganje večjega števila ljudi, kot je bilo to možno s tradicionalnimi mediji.

V pričujočem delu bom učinke omenjene teorije preverjala v spletnem okolju, kjer na spiralo molka vplivajo tudi specifične zakonitosti izražanja na spletu. Ena ključnih prednosti spletnega okolja je namreč stalni pregled nad izraženimi mnenji v zapisani obliki. V spletnem okolju težje ocenjujemo "splošno" mnenje, saj le-to ni povsem stabilno. V skladu z raziskovalnim okoljem – spletom je potrebno tudi izpostaviti ugotovitve Liu in Fahmy (2009, 6), da je izražanje mnenja na spletu nedvomno ena izmed dimenzij javnega izražanja mnenja, saj je na internetu kot množičnem mediju posameznik izpostavljen javni kritiki in družbenim sankcijam. V nadaljevanju, tudi empiričnem delu, bo diplomsko delo sledilo smernicam Liu in Fahmy (2009), ki spiralo molka proučujeta znotraj virtualnih skupnosti, kjer poteka virtualna komunikacija; avtorja sta uporabila skupnosti, kot so e-mail liste, razpravne deske, klepetalnice in platforme z igranjem vlog. Sama bom spisek nekoliko posodobila, saj se v trenutnem spletnem življenju javno mnenje oblikuje na socialnih spletnih omrežjih (Facebook,

Myspace, Netlog), v avdio/video skupnostih, spletnih forumih, blogih, spletnih klepetih s prijatelji ("IM") ipd.

Splet se je izkazal za pomembno mesto izmenjave mnenj. Skozi deleže uporabnikov se internet potrjuje kot legitimni prostor izražanja mnenj, še posebno to velja za deprivilegirane skupine, katerih glas ostaja preslišan v medijih in ostali javni sferi, saj je na spletu njihov glas obširnejše slišan, kot bi bil slučaj s tradicionalnimi mediji (Liu in Fahmy 2009, 6).

Omeniti velja tudi druge plati interneta, plati kvantitete informacij, ki sicer omogoča dostop do številnih pogledov in hkrati otežuje razumevanje resničnega izvora posameznih vidikov (Mutz, Martin v Liu in Fahmy 2009, 7). Posebno nevarnost predstavlja tudi preobremenitev z informacijami, saj zaradi številnih informacij uporabniki ne zmorejo razbrati reprezentativnih podatkov, analogno je toliko težje tudi nadzorovanje mnenjske klime (Liu in Fahmy 2009, 7). Dahberg (ibid.) opozarja, da tudi iskanje mnenj na spletu večinoma poteka v skladu z lastnimi prepričanji, zato lahko posameznik na spletu hitro pride do lažnega vtisa, da je njegovo mnenje večinsko. Zaradi nanizanih razlogov se je potrebno vprašati, koliko splet sploh dopušča nadzorovanje mnenjske klime. Kot že poprej omenjeno, kvantiteta informacij na spletu pogosto ne pride do izraza, saj na spletu uporabniki najpogosteje iščejo vsebine v skladu z lastnimi prepričanji, kar posledično, kot opozarjata Fahmy in Liu (2009, 8), ogroža efekt spirale molka, saj lastno mnenje tako ne pride v stik z nasprotno mislečimi, med istomislečimi pa razumljivo ni dimenzije strahu pred izolacijo.

Zgoraj zapisanemu je vendarle možno oporekati, saj na spletu pogosto potekajo vnete razprave, v katerih se soočajo različna mnenja. Debate in izmenjava mnenj hitro postane vneta in zaradi nižje stopnje inhibicije na spletu tudi netolerantna. Znotraj širše in poglobljene debate pa ne moremo zanikati tudi spiralnega efekta, saj se na posameznem forumu pogosto začnejo spiralno viti mnenja, ki so v skladu z dominantno pozicijo, opozicijska mnenja pa obmolknejo ali pa se prilagodijo večini (Liu in Fahmy 2009, 9).

Pomembna značilnost RPK je heterogenost, saj je heterogenost spletne publike nedvomno večja, kot je to slučaj v vsakdanjem življenju in tradicionalnih medijih. Z novimi tehnologijami je preko spleta neprimerljivo hitrejši in enostavnejši pretok vse širšega spektra informacij. Razprava se vname v soočenju različnih mnenj in splet je

poglavitni prostor tovrstnega srečevanja. S tega vidika se strokovnjaki srečujejo s problematiko vpeljevanja spirale molka v spletu kot prostoru neinhibirane razprave.

Eden ključnih dejavnikov spletne komunikacije je anonimnost, ključni učinek slednje pa je predvideno zmanjšanje strahu pred izolacijo. Anonimnost, kot jo opredeljuje Marx (2004), predstavlja nepovezljivost z dejansko persono in vpliva na zmanjšano inhibicijo z umikom družbenih spon. Z anonimnostjo je zmanjšana tudi konformnost posameznika, saj je primerljivo zmanjšana grožnja skupine (temu navkljub tezi sicer nasprotujejo pojav sovražnega govora, trpinčenje med vrstniki in ostale črne plati spletne komunikacije). Dejavniki, kot je odsotnost neverbalnih družbenih znakov, vplivajo na učinek anonimnosti.

Vendar, ali anonimnost res zmanjša stopnjo normativnega vedenja in škodi kakovosti pogovorov? Obstajajo tudi drugačni pogledi, saj je zaradi odprte komunikacije RPK omogočila izmenjavo iskrenejših mnenj (Papacharissi 2004, 267) in spodbudila bolj živahno debato (Ho in McLeod 2008, 191). Anonimnost izniči družbena ozadja uporabnikov in jih postavi v enakopraven položaj, ker informacije o posamezniku ostanejo zakrite (Praprotnik 2003, 145).

Izražanje mnenj na spletu pogojujejo tudi drugi pojavi; študije nam namreč dokazujejo, da tudi številna različna mnenja in perspektive sčasoma postanejo del homogenega pogleda na določeno temo (Wilhelm v Liu in Fahmy 2009, 8), kar do neke mere izenačuje spletno okolje z realnim družbenim okoljem in prinaša offline obnašanje v sfero interneta. Rheingold (v Liu in Fahmy 2009, 8) meni, da obnašanje na spletu deluje kot nadgradnja realnega. Drugače povedano, na spletu posamezniki ne prevzemajo popolnoma novih vlog, vendar izboljšujejo svoje vloge iz vsakdanjega življenja. Splet se pogosto omenja kot "liberalna tržnica" raznolikih mnenj (Liu in Fahmy 2009, 9), kjer pa so dejavniki, ki vplivajo na izražanje mnenja, podobni tistim v offline okolju.

V raziskovanju pomena spleta, predvsem na ravni novih oblik politične participacije, je veliko govora o spletu kot novem prostoru, kjer se bo široko razširilo debatiranje in izražanje mnenj, vendar se to dejansko ne realizira. Liu in Fahmy (2009, 22) temu oporekata z vidika, da gre za ustaljene vzorce in okolja izražanja mnenja, ki jih stežka menjamo in analogno temu se večja možnost izražanja mnenja prenaša skozi različne scenarije – tako na resničnem življenju kot tudi na spletu.



Obrazložiti velja tudi povezavo med izražanjem mnenja na spletu in v realnem okolju, kjer Li (v Liu in Fahmy 2009, 11) opisuje vzajemni učinek in predvideva, da tisti, ki pogosteje izražajo mnenje o aktualnih zadevah v javnih prostorih, prav tako verjetneje izražajo mnenje na spletu in povezava povsem enako deluje tudi v nasprotni smeri.

S svetovnim spletom kot učinkovitim orodjem za doseganje večje skupine ljudi s čim manjšimi stroški organizacije, podpore in komunikacije ter preko razmaha spletnih skupnosti, se participacija v spletnem okolju krepi in številne virtualne skupnosti nedvomno izkazujejo močno dimenzijo konstantnega komunikacijskega procesa. Krajše, v nadaljnji analizi želim raziskati po besedah Liu in Fahmy (2009, 21) možnosti izražanja mnenja skozi številne platforme spleta v digitalni dobi, pri tem pa se bom naslonila na teorijo spirale molka.

### 3 SPIRALA MOLKA

V začetku 70-ih let je bila postavljena teorija *spirale molka*, ki izhaja iz predpostavke, da je ljudem vrojen strah pred izolacijo. Spirala molka nemške avtorice Noelle-Neumann še vedno, kljub svoji vprašljivosti, velja za eno najbolj vplivnih modernih teorij o oblikovanju javnega mnenja (Kennamer v Liu & Fahmy 2009, 6). Vseeno bodo v nadaljevanju podrobneje predstavljene tudi številne nasprotovanja in kritike, ki jih je pričujoča teorija zbudila na področju javnomnenjskih raziskav (Hayes 2001, 46). Spirala molka izhaja iz liberalne tradicije javnomnenjskih teorij, ki opozarjajo na nevarnost represije večine nad sicer intelektualno močnejšo manjšino in so v najbolj radikalni obliki izražene v socialnopsihološki verziji – v spirali molka. Ozadje spirale molka je teorija Toma Harrisona (v Splichal 2004, 521) z “železnim zakonom javnega mnenja”, ki zagovarja težnjo večine, da sledijo dominantnim mnenjem in javno izražajo mnenja, ki so splošno sprejemljiva in spoštovana. Ogrodje spirale molka se nanaša tudi na idejo moči predvidljivih reakcij, ko posameznik predvideva namene akterja in se vede v skladu z njimi, da bi se izognil neposredni prisili (Splichal 2004, 521-523).

Spirala molka avtorice Noelle-Neumann sloni na sledečih predpostavkah: 1) ljudje ocenijo možnosti uspeha lastnega mnenja v družbenem okolju, 2) posledična možnost, da bo posameznik izrazil mnenje, je odvisna od njegove predhodne ocene, 3) princip pa je sledeč: če glede na oceno mnenje posameznika ni v skladu z mnenjem večine, posameznik lastnega mnenja najverjetneje ne bo izrazil oziroma bo svoje mnenje prilagodil večini, 4) ocena trenutne mnenjske klime se povezuje tudi s pričakovanjem, da se bo dominantno mnenje obdržalo tudi v prihodnosti in 5) v primeru, da posameznik oceni, da se bo mnenjska klima nagnila v drugo smer, bo temu prilagodil tudi svoje mnenje.

Spirala molka pripisuje množičnim medijem pomembno vlogo pri oblikovanju posameznikove zaznave mnenjskega ozračja, saj slednjega ustvarjajo prav mediji s posredovanjem informacij (Jeffres in drugi v Liu in Fahmy 2009, 5), večkrat dokazana pa je njihova vloga pri konformizaciji ljudstva, predvsem če je mnenje posredovano skozi medije enotno in vseprisotno.

Teorija spirale molka v splošnem pojasnjuje javnomnenjske procese skozi povezanost med javno izraženimi mnenji posameznikov in pripadajočim normativnim vplivom ter poudarja družbeno percepcijo oziroma zmožnost posameznikove zaznave prevladujočih

mnenj. Za seznanitev z aktualnimi zadevami in prevladujočimi mnenji glede slednjih so posamezniki prisiljeni v konstantno spremljanje mnenjske klime, ki predstavlja formativno kognitivno okolje. Spremljanje utripa družbenega mnenja pa je poglavitno za oblikovanje lastnega obnašanja v družbi v izogib družbenim sankcijam. Ključno za spiralo molka pa je, ali bo večinsko mnenje vplivalo na odločitev posameznika za izražanje mnenja (Petrič 2002, 39-40).

Skozi spiralo molka skušamo pojasniti tudi izmuzljiv termin "javno mnenje", ki ga lahko le delno pojasnimo kot poenoteno in prepoznano prepričanje določenega segmenta družbe, s tem da *javno* dimenzijo mnenja opredeljuje njegova nadvlada nad osebnim mnenjem. Pri tem je prav element prepoznavnosti določenega prepričanja/mnenja ali celo načina obnašanja pogoj in temelj spirale molka (Noelle-Neumann 1993). Javno mnenje, ki deluje kot družbeni nadzor (Moy in drugi v Liu in Fahmy 2009, 2), je ogrodje teorije spirale molka, katere bistvo sloni na verjetnosti posameznikovega izražanja mnenja ob pozitivnem mnenjskem ozračju in v primerjavi lastnega mnenja z ocenjenim trenutnim in bodočim prevladujočim mnenjem. V tej točki pa velja izpostaviti izjemo skupin, ki so zaradi trdnega prepričanja onkraj strahu pred izolacijo in bodo svoje mnenje pripravljene izraziti, četudi so v manjšini (Noelle-Neumann 193, 170).

Jedro teorije spirale molka govori o vpetem strahu pred izolacijo, zaradi katerega je posameznik podzavestno prisiljen v stalen nadzor mnenjske klime, ali bo njegovo mnenje sprejeto ali zavrženo v širši družbi. Temu bo prilagodil pripravljenost za izražanje mnenja in hkrati tudi obnašanje samo. Če posameznik zazna svoje mnenje kot del konsenza, ga bo lažje izražal – tako v javnem kot tudi zasebnem okrožju. Nasprotno, če posameznik svoje mnenje zazna kot manjšinsko, bo pri izražanju previdnejši, tišji in tako tudi posredno izkazoval svojo šibkost, kar lahko nadalje vodi do popolnega izginotja "drugega pogleda" oziroma utrjuje zmago dominantnega pogleda (Noelle-Neumann 1993, 202).

Nadaljnja predpostavka spirale molka je, da bo posameznik nadzoroval mnenjsko ozračje in temu prilagodil svoje izražanje mnenja. Neumannova (1993) posameznikom pripisuje sposobnosti ne le nadzorovanja mnenja, temveč tudi ocene mnenjskih trendov, kako se bo torej družbena klima nagibala v prihodnosti.

Spirala molka se “zavrti” pod štirimi navedenimi pogoji:

1. Odklonskim posameznikom družba grozi z izolacijo.
2. Posamezniki so večkrat soočeni s strahom pred družbeno izolacijo.
3. Zaradi strahu pred družbeno izolacijo so posamezniki prisiljeni v stalen nadzor mnenjske klime.
4. Končni izid ocen mnenjske klime vplivajo na obnašanje v družbi, predvsem na izražanje ali skrivanje lastnega mnenja.

Zadnji pogoj predpostavlja notranjo povezanost štirih naštetih postavk, ki skupaj tvorijo in obenem pojasnjujejo ohranjanje ali spreminjanje javnega mnenja (Noelle-Neumann 1993, 202).

V ocenjevanju dejavnikov, ki vplivajo na izražanje mnenja, bi bilo potrebno upoštevati tudi naslednje: karakteristike specifične “publike”, stopnja izražanje mnenja iste, samozavest sporočevalca pred publiko, seznanjenost publike s tematiko (Hayes in drugi 2001, 46).

### **3.1 Kritike spirale molka**

Vplivu teorije spirale molka je pripisana tudi močna spremljajoča kritika v 80-ih in 90-ih letih; najprej so se pojavile kritike glede same teorije, v 90-ih letih so sledile kritike, da gre za teorijo, ki deluje le v nemogočih pogojih znotraj sodobne družbe (Petrič 2002, 131). Pričakovati gre, da bo spirala molka bolj izražena v družbah, kjer vlada politično enoumje in kjer so posamezniki omejeni v izražanju lastnega mnenja. Zaradi formalne svobode izražanja mnenja po 39. členu slovenske ustave (Ustava Republike Slovenije 1991) posameznik ni neposredno ogrožen pri izražanju manjšinskih mnenj. Temu navkljub, nikakor ne trdim, da posameznik za specifična mnenja ne bo občutil neformalnih sankcij in se zavoljo njih ustavil pred izražanjem svojega mnenja.

Kritike se nanašajo tudi na vsebinske predpostavke spirale molka, med njimi tudi na osnovno zmožnost zaznavanja mnenjske klime. Strokovnjaki namreč niso enotni glede ocene, do kakšne mere je človek sposoben ocenjevanja. Kennamer (v Liu in Fahmy 2009, 5) trdi, da ocena mnenjske klime dejansko ne more vplivati na posameznikovo mnenje toliko negativno, da bi prišlo do molka, kot to predpostavlja teorija Elisabeth Noelle-Neumann. Le-ta zagovarja svoj model in morebitne napake razlaga z

raztegovanjem smisla modela. Hayes s soavtorji (2001, 46) navaja proti-argumente: teorija naj bi bila preveč poenostavljena, nedosledna dejanskemu obnašanju ljudi in preslabo podprta z realnimi podatki. Glynn (v Hayes in drugi 2001, 47) opozarja na nizko stopnjo pojasnjevanja izražanja mnenja z dejavnikom ocene mnenjske klime, kar je sicer v nadaljevanju pojasnjeno z uporabo t.i. train-testa – hipotetične situacije izražanja mnenja med klepetom v vlaku.

Predpostavko nemočne manjšine in utišanih manjšinskih mnenj zavrača Moscovici (v Ule 2002, 19) vsaj do mere, da zaviranja izražanja mnenja s strani večinskega mnenja in množičnih medijev, do katerih sicer prihaja, ne gre posploševati. Predvsem je teorija spirale ignorantska do vpliva močne manjšine, ki pri svojem mnenju trdno vztraja, se ne boji konflikta in z močnim argumentiranjem ne pristaja na zapovedani molk. Kritika je uperjena tudi proti togi razdelitvi na večino in podrejeno manjšino odklonskih ter zanemarja drugačne oblike medskupinskih odnosov (npr. močne manjšinske skupine, ki lahko dosežejo dominantno socialno moč, kar je še posebej razvidno za člane referenčne manjšinske skupine). Manjšina lahko brez dvoma okrepi samozavest pri izražanju mnenja znotraj skupine svojih pripadnikov in v redkih primerih celo izpodrine večinsko mnenje, vendar pa je slednja družbena situacija še preslabo raziskana.

Ena problematičnih predpostavk, kot jo predstavlja Splichal (2004, 523), je tudi, da naj bi bilo posamezniku bolj pomembno, da se socialno ne osami, kot da ima lastno mnenje, ki naj bi bilo pogoj za življenje v človeški družbi. Strah pred izolacijo naj bi bil generičen in bi sleherno skupino ali posameznika z deviantnim mnenjem utišal in jih napravil nevidne. S tem se sicer lahko pojasnjuje, zakaj ljudje ne sodelujejo, zlomi pa se pri pojasnjevanju, zakaj ljudje sodelujejo. Spirala molka z opisanim zanemarja diferenciacijo družb na račun pretirano poudarjenega strahu pred izolacijo, ki deluje na posameznika iz nediferenciranega medijskega okolja.

Spirala molka prav tako zanemarja pomembne vidike psihološkega ozadja, ki prav tako vplivajo na odločitev za izražanje mnenja. Liu in Fahmy (2009, 4) navajata nekaj pomembnejših: komunikativnost, seznanjenost z aktualno problematiko in trdnost karakterja, ki povečujejo verjetnost izražanja mnenja v javnosti.

Pomembne vidike pojava spirale molka v spletnem okolju podaja tudi Scheufele (2007, 175-183), ki zavrača kvazi statističen občutek posameznika in poudarja, da gre za percepcijo porazdelitve mnenj in ne dejansko mnenjsko klimo, ki vpliva na

pripravljenost za izražanje mnenja. V nadaljevanju postavlja strah pred izolacijo kot družbeno dimenzijo strahu pred nasprotovanjem družbenim normam. Scheufele (2007) nakazuje spiralo molka kot dinamičen proces, tekom katerega manjšina postopno izgublja svoj glas, medtem ko glas večine postaja izključujoč in se izpostavlja kot družbena norma.

### **3.2 Spirala molka v spletnem okolju**

Pri učinkih zakonitosti spletnega komuniciranja na spiralo molka gre pričakovati naslednje: anonimnost spletnega komuniciranja uniči efekte spirale molka, predvsem z vidika zaznanega strahu pred izolacijo. Nadalje, spletna komunikacija ogroža tudi "kvazi statistični občutek", saj so uporabniki spleta pri izbiri selektivni in pogosteje izbirajo spletne strani ciljno, ter se v večji meri udeležujejo debat, ki potrjujejo njihov pogled.

Pomemben poudarek, ki se pogosto pojavlja, je tudi pričakovanje moči spleta pri osvoboditvi ljudi od strahu pred izolacijo, s tem pa tudi lahko izniči spiralo molka. Pri tem ključno vlogo igra širina spleta, kjer lahko vsak najde skupino somišljenikov enakih pogledov na določeno zadevo, kjer lahko svobodno in brez strahu izrazi svoje mnenje. V kolikor posameznik oceni, da njegovo mnenje ni v skladu z večino, ga posledično ne izrazi v strahu pred občasnimi negativnimi reakcijami.

Za pričujoče delo je pomembno opredeliti doseg spirale molka v spletnem okolju. Price s sodelavci (v Liu in Fahmy 2009, 1-3) ugotavlja, da so politične debate na spletu vse pogostejše in imajo vse večji vpliv na javno mnenje. S tem se potrjuje, da tudi splet lahko utemeljeno razumemo kot prostor politične debate in znotraj njega iščemo dejavnike izražanja mnenja oziroma njegovega antipoda – molka. Obenem pa so specifične spletne okolje za teorijo spirale molka lahko uničujoče, kot dokazujeta Ho in McLeod (2008) v svoji analizi spirale molka na spletu.

Spirala molka se naslanja na predpostavko, da bo družba izločila posameznike z odklonskimi mnenji ter da bodo posamezniki občutili to izolacijo od družbe. Postavlja se vprašanje, do kakšne mere strah pred izolacijo, sploh v sferi računalniško posredovane komunikacije, prispeva k spirali molka oziroma konformnosti pri izražanju mnenja.

Liu in Fahmy (2009, 4) opozarjata na pomen referenčne skupine, ki ustvarja mikro klimo, ki je za sporočevalca tudi veliko bolj zavezujoča, kar lahko prenesemo tudi v spletno okolje. Na primer, v spletnem klepetu s prijatelji bomo, če bodo naša mnenja skladna, povsem verjetno pripravljene mnenje izraziti tudi sami. Scheufele (2007) prav tako izpostavlja tudi vlogo družbenih skupin, ki na eni strani podajajo smernice za oceno družbene mnenjske klime, na drugi strani pa so podpora posameznikom, ki vztrajajo pri odklonskih mnenjih. Slednje Noelle-Neumann prikazuje kot t.i. hard-core skupine in avantgardneže. Hard core skupine vztrajajo pri lastnih mnenjih, v primeru naraščajoče opozicije pa avantgardneži glasno nasprotujejo obstoječim normam in z vokalizacijo opozicijskih mnenj želijo pretresti obstoječo mnenjsko klimo.

V nadaljevanju mi bo v pomoč tudi priporočilo avtorja Scheufeleja (2007), ki zavrača iskanje spirale molka v potrjevanju samocenzure, temveč poudarja razmislek o okoliščinah, ki krepijo spiralo molka. Avtor opozarja na upoštevanje specifik določenega okolja, kot bodo tudi v nadaljevanju izpostavljene nekatere karakteristike komunikacije preko spletnega vmesnika.

Zgoraj zapisano potrjujeta Ho in McLeod (2008), ki ugotavljata zlom spirale molka v spletnih klepetalnicah. Ljudje so bili namreč v primerjavi s komunikacijo "v živo" bolj pripravljene izraziti svoje mnenje. Odsotnost neverbalnih družbenih znakov in anonimnost komunikacije na spletu zabriše sledi družbenih statusov in neenakosti in s tem ublaži učinek strahu pred izolacijo. Slednje pa omogoča lastnikom manjšinskih mnenj, da svoje mnenje javno izrazijo. Z navedenimi razlogi avtorja opozarjata, da spirala molka na spletu morda ne zdrži.

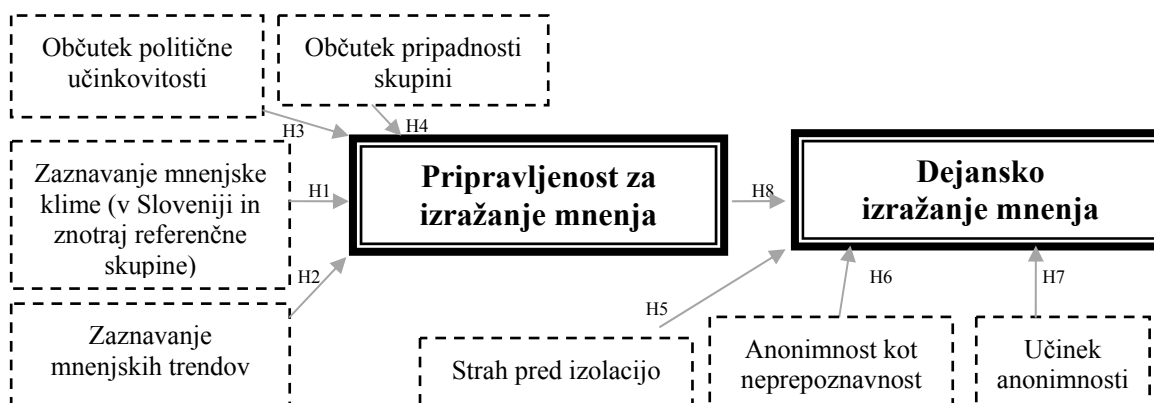
Na tem mestu navajam še nekaj dejavnikov, ki lahko ogrozijo predpostavko spirale molka v spletnem okolju:

- fizična odsotnost zmanjšuje grožnjo izolacije, saj že tako nismo prisotni;
- odsotnost neverbalnih družbenih znakov;
- z nastopom na spletu je uničen učinek družbenega statusa in hierarhije.

## 4 TEORETSKI MODEL

Spodaj je prikazana shema povezanosti spremenljivk in oblikovanih hipotez diplomskega dela z dejavniki, ki opredeljujejo spiralo molka (slednji so povzeti po modelu, ki ga predstavljata Petrič in Pinter (2002)) ter dejavniki, specifičnimi za spletno komunikacijo:

Slika 4.1: Model preverjanja spirale molka.



Vir: Prirejeno po Petrič in Pinter (2002, 41).

Slika 4.1 prikazuje model, ki povzema ključne točke spirale molka in skuša pojasniti izražanje mnenja skozi različne družbeno-psihološke dejavnike. Pri tem je bila upoštevana izboljšava ključne povezave med pripravljenostjo in dejanskim izražanjem mnenja. Spodaj so nanizane hipoteze, skozi katere bom ocenjevala politično participacijo na spletu skozi spiralo molka:

**H1:** *Skladnost z ocenjenim večinskim mnenjem okrepi pripravljenost za izražanje mnenja.*

Petrič (2002, 132) opredeljuje temelj spirale molka skozi javno mnenje kot družbeni pritisk, kar označuje, da posamezniki, ki se v svojih pogledih skladajo z dominantnim mnenjem, lahko neovirano izražajo svoje mnenje, medtem ko odklonski posamezniki svoje mnenje zadržijo. Zaradi t.i. črednega nagona se tako večinsko mnenje krepi, manjšinsko pa izginja. Mnenjske klime pri tem ne smemo jemati zgolj kot skupek mnenj, v večji meri je to sklop pogojev, med katerimi je izrednega pomena normativni pritisk prevladujočega mnenja (Petrič in Pinter 2002, 40).



Scheufele (2007) opozarja na pomen referenčne skupine, ki lahko dejansko izniči strah pred družbeno izolacijo, saj lahko posameznik v referenčni skupini najde zatočišče svojem mnenju tudi v tovrstnemu mnenju nenaklonjeni splošni klimi.

**H2:** *Skladnost s percepcijo mnenjskih trendov okrepi pripravljenost za izražanje mnenja.*

Velik del teorije Noelle-Neumannove velja pripisati tudi sposobnosti posameznika, da zazna mnenjsko klimo, da prepozna večinska in manjšinska mnenja. Enaka možnost je pripisana tudi ocenjevanju, katero mnenje bo prevladalo v prihodnosti. V Petrič in Pinter (2002, 40) so mnenjski trendi predstavljeni kot interakcija med lastnimi opredelitvami in pričakovanji glede okolja.

**H3:** *Občutek politične učinkovitosti vpliva na večjo stopnjo pripravljenosti za izražanje mnenja.*

V tej hipotezi se nanašam na občutek t.i. notranje politične učinkovitosti, kot jo opredeljuje Finkel (1985, 893), oziroma občutek možnosti učinkovitega delovanja v politični realnosti. Ta navaja izsledke avtorjev Craig in Maggioto, ki izpostavljata politično učinkovitost, ki okrepi verjetnost participacije, ki je v pričujočem primeru predstavljena kot izražanje mnenja v spletnem okolju.

**H4:** *Občutek pripadnosti skupini okrepi pripravljenost za izražanje mnenja.*

Skupinsko identiteto opredeljujejo skupinski rituali in vzajemna pomoč med člani. Skupinska identiteta se odraža v razvojem skupne kulture, norm, sankcij in recipročnih odnosov. Vzpostavitev in prenos skupinske identitete in kulture gre skozi predpostavke empatije, ritualov, skupnih pričakovanj, medsebojne pomoči in z razlikovanjem "mi proti drugim". Znotraj virtualnih skupnosti se tako kot v realnosti odražajo značilnosti neposredne komunikacije, kot so: medsebojna podpora, empatija ter pojav občutka pripadnosti in skupinske identitete. Pojav slednje dokazujejo skupna kultura, norme, sankcije in recipročni odnosi (Papadakis 2003, 5). Skozi recipročnost odnosov pa se okrepi tudi pripravljenost za izražanje mnenja.

**H5:** *Strah pred družbeno izolacijo zmanjša stopnjo dejanskega izražanja mnenja.*

Noelle-Neumann (1993) predstavlja strah pred izolacijo kot gonilno silo spirale molka. Po Donsbach in Stevenson (v Petrič in Pinter 2002, 39) se spirala molka (kot posebna

dimenzija družbene anksioznosti) sproži prav z grožnjo družbene izolacije in nato premakne k javnemu izražanju mnenja. Večina izbere soglasnost z večino, če pa posameznik tega mnenja ne želi deliti, mora zavoljo vztrajanja v družbi izbrati molk. Tako spirala molka predstavlja javno mnenje v prizmi družbene kontrole (Petrič in Pinter 2002, 40).

Naša družbenost nam nalaga strah pred izločenostjo, saj od okolice navadno iščemo potrditev in sprejetje. Čeprav je pritisk okolice v primeru komunikacije na spletu morda manjši, želim z nadaljnjo raziskavo dokazati, da strah pred izolacijo obstaja tudi v komunikaciji na spletu in pogojuje spiralo molka. Z drugimi besedami, tudi na spletu iščemo in podajamo isto mišljenje in s svojim mnenjem ne gremo v konflikt. S tega vidika bodo uporabljeni indikatorji, ki v večji meri pripadajo offline svetu, vendar z zaupanjem, da se iste vrednote prenašajo tudi na komunikacijo prek spleta.

**H6:** *Neprepoznavnost na spletu krepi dejansko izražanje mnenja.*

Šesta hipoteza se nanaša na vpliv anonimnosti kot nezmožnosti biti prepoznan oziroma ne-identifikabilnosti posameznika na spletu. Sam avtor opredelitve anonimnosti v spletnem okolju, Marx (2004, 148), jo namreč pojmuje kot ključno prednost na spletu v podporo pretoka informacij in komunikacije glede javnih zadev. Tako ocenjujem, da se bo zaradi nižje stopnje povezljivosti z dejansko persono in skrivanja za vmesnikom računalniško posredovane komunikacije, povečala stopnja dejanskega izražanja mnenja.

**H7:** *Anonimnost spletne komunikacije povečuje stopnjo dejanskega izražanja mnenja.*

SIDE model (Social Identity Model of Deindividuation Effect), kot ga predstavlja Spears s sodelavci (2002, 555), v anonimnosti računalniško posredovane komunikacije predstavlja možnost "upora", anonimnost RPK lahko vodi odprtost ali zaprtost komunikacije v virtualnih skupnostih. Avtorji pojasnjujejo, da znotraj spletnih skupnosti z anonimnostjo pogojena odprta komunikacija omogoča neinhibirano komunikacijo, saj je sporočevalec pod okriljem anonimnosti zaščiteno pred odgovarjanjem za lastne izjave in morebitnimi napadi. Z zmanjšanimi družbenimi pritiski pogojujem odprtost komunikacije na spletu in tako sklepam, da se bo zaznani učinek anonimnosti spletne komunikacije odražal v višji stopnji dejanskega izražanja mnenja.

**H8:** *Pripravljenost za izražanje mnenja poveča dejansko izražanje mnenja.*

Na tem mestu želim pojasniti tudi razliko med pripravljenostjo in dejanskim izražanjem mnenja. Sama avtorica teorije spirale molka namreč opredeljuje izražanje mnenja kot pripravljenost, v nadaljevanju naloge pa me je posebno zanimala prav realizacija izražanje mnenja. Noelle-Neumann namreč opredeljuje izražanje mnenja kot pripravljenost ali izražanje volilne namere, kar bom sama v nadaljevanju vzela kot dejansko izražanje mnenja z zapisovanjem mnenja, udeleževanjem v skupinah in na Facebook straneh, ki podpirajo določeno stališče do sprejetja Zakona o malem delu.

Kot predpogoj izražanja mnenja po besedah Noelle-Neumann privzemam “pripravljenost za izražanje mnenja”, kar izrazimo kot pripravljenost izraziti lastno mnenje v okolju, kjer bi bilo to mnenje v manjšini. Noelle-Neumann (1993, 22, 63) že zelo zgodaj v svojem delu opozarja, da moramo biti pri “izražanju mnenja” bolj široki in ne upoštevati le verbalnega izražanja mnenja, saj offline komunikacija obsega cel spekter neverbalne in vizualne komunikacije. Tudi pri analizi komunikacije na spletu moramo razmišljati nekoliko širše in pri tem bi veljalo vključiti tudi slikovne prikaze, uporabo različnih znakov, značilnih za spletno izražanje, ki prikazujejo naklonjenost ali zavračanje posamezne ideje.

#### **4.1 Raziskovalno okolje**

Zakon o malem delu je v letu 2010 razburkal slovensko javnost z novimi predlogi glede redefiniranja področja študentskega dela. Pri tem je med organizacijo študentov in oblastjo prišlo do nesoglasij, kar se je odražalo tudi v javnem mnenju. V tej točki sicer želim natančneje utemeljiti izbiro teme sprejetja Zakona o malem delu za raziskovanje, saj spirala molka deluje v okolju problematike, ki jo javno mnenje oceni za pereč družbeni problem in javnost zahteva, da se glede tega pogaja (Liu & Fahmy 2009, 2). Kot Petrič in Pinter (2002, 40) navajata teorijo Neumannove, je spirala molka vezana na tematiko s pripisano moralno noto, glede katere se oblikujeta jasni struji “prav” in “narobe”, kakor se ljudje vrednostno opredeljujejo (Perry & Gonzenbach v Liu & Fahmy 2009, 2). Javno izražanje mnenja, kot ga pojmuje Noelle-Neumann (1993), se mora obravnavati v javnem prostoru, ki je razmeroma trajen (kar je pomanjkljivost spletnega prostora), manjši in anonimen.

V nadaljevanju sledi operacionalizacija uporabljenih pojmov, na katerih bo slonela nadaljnja raziskava izražanja mnenja.

## 4.2 Operacionalizacija ključnih pojmov

Z vključevanjem koncepta *dejanskega izražanja mnenja* skušam vključiti tudi dimenzijo dejanske aktivnosti posameznika. Petrič (2002, 134) namreč opozarja na pomen dejanskega izražanja mnenja v nasprotju z vključevanjem zgolj pripravljenosti za izražanje mnenja. Kot navajata Petrič in Pinter (2002, 40), mora biti pripravljenost prenesena v dejansko obliko izražanja mnenja, da lahko govorimo o dejanskem delovanju spirale molka. Pri tem je nujno upoštevati nevarnost zajetja premajhnega deleža ljudi, ki svoje mnenje dejansko izražajo. Izražanje večinskega mnenja v skupini ohranja skupinsko soglasje in skupinsko kohezijo (Ule 2002, 14).

V sklopu participacije na spletu in izražanja mnenja je bil zbran spekter spletnih servisov, kjer bi lahko mlajši uporabniki izrazili svoja mnenja o aktualnih političnih zadevah. Izražanje mnenja na spletu bom tako predstavila skozi izražanje mnenja (enkrat ali večkrat) v različnih okoljih in tudi za Facebook (v nadaljevanju FB) populacijo specifične tipe izražanja mnenja: 'lajkanje' strani, združevanje v skupine ipd. Predhodno bodo vprašani tudi, v kolikšni meri se na spletu sploh udeležujejo.

Izražanje mnenja na spletu lahko predstavimo kot le eno izmed dimenzij javnega izražanja mnenja, saj je internet uveljavljen kot "mainstream" medij, kjer se mnenja posredujejo širši javnosti. Katz & Baldessare (v Liu & Fahmy 2009, 6) ugotavljata, da je posameznik na spletu lahko tako kot pri offline komunikaciji izpostavljen javnem posmehu oziroma družbenim sankcijam. Hayes s sodelavci (2001, 47) opozarja, da se je pri ocenjevanju pripravljenosti za izražanje mnenja potrebno izogibati hipotetičnim situacijam in situacije čim bolj približati respondentom in zato je v anketi, ki bo usmerjena v študentsko populacijo, uporabljena problematika študentskega dela.

*Pripravljenost za izražanje mnenja:* pri merjenju te postavke v spletnem okolju sem uporabila in nekoliko posodobila indikatorje, kot jih priporočata Perry in Gonzenbach (v Liu & Fahmy 2009, 13). Indikatorji so bili merjeni na lestvici od 1 (Zagotovo NE) do 4 (Zagotovo DA).

Vprašanja sem zastavila na naslednji način: enega, kjer bi bilo izraženo mnenje v nasprotju z lastnim in drugega, kjer bi se lastno in večinsko mnenje skladala:

- Prosim, zamislite si naslednjo situacijo: vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetje Zakona o malem delu zavračajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje.
- Prosim, zamislite si naslednjo situacijo: vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetje Zakona o malem delu podpirajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje.

Pri tem sem skušala hipotetično situacijo zastaviti čim bolj realno, saj so slabši rezultati, ki so jih pridobili raziskovalci pojava spirale molka, pogosto pripisani pretirani hipotetičnosti situacije in previsokim zahtevam do anketiranih (Petrič 2002, 135).

*Strah pred izolacijo*: četudi Noelle-Neumannova strah pred izolacijo opredeljuje kot konstanto (Petrič 2002, 135), se v moderni družbi to ne realizira, zato ga tudi sama vpeljujem kot merjeni koncept. Noelle-Neumann (1993) v teoriji spirale molka sicer slika posameznika pod neposrednim udarom medijev, brez moči upora in z željo delovati v skladu s sprejemljivim v določeni družbi. Tako deluje preko socializiran posameznik, ki je nenehno v strahu pred družbeno izolacijo, vendar selektivnost, ki je sodobnem človeku omogočena, nemoč posameznika zanika. Strah pred izolacijo je bil merjen s tremi indikatorji na lestvici od 1 (Se sploh ne strinjam) do 5 (Popolnoma se strinjam), pri tem so vključeni indikatorji družbene anksioznosti in splošnega strahu pred izolacijo po Ho in McLeod (2008, 196):

- Skrbi me, kaj si drugi mislijo o meni.
- Neprijetno mi je ob srečanju z ljudmi.
- Izogibam se družabnim srečanjem.
- Skrbi me, da me bodo ljudje izločili, če se ne bodo strinjali z mojim mnenjem.
- Ne uživam v prerekanjih.
- Uživam v dobri debati o kontroverznih temah.
- Skušam se izogniti prerekanjem.

V merah zaznave mnenjskih trendov se ne posvečam pravilnosti ocen in jih jemljem kot subjektivne zaznave aktualnih mnenj in trendov, ki jih naknadno računsko oblikujem v mere skladnosti z lastnim mnenjem.

*Politična učinkovitost:* Kenski in Stroud (2006, 174) pojem politične učinkovitosti opisujeta kot oceno, da je politično družbena sprememba mogoča in v njej se lahko udeležuje sleherni državljan. Številni strokovnjaki so razmejili koncept v t.i. notranjo (osebno raven) in zunanjo (družbeno raven). Prva obravnava občutek usposobljenosti in smiselnosti sodelovanja, druga pa zaupanje v odzivnost državnih organov na dejanja državljanov.

Indikatorji so ustvarjeni po zgledu na testiranje notranje in zunanje politične učinkovitosti, kot jih navaja Finkel (1985, 910):

- Ljudje, kot sem jaz, nimajo nobenega vpliva na odločitve vlade.
- Le z volitvami lahko nekoliko vplivamo na odločitve vlade.
- Včasih se mi zdi, da sta politika in vladanje človeku, kot sem jaz, popolnoma nerazumljiva.
- Vlode ne zanima, kaj mislijo ljudje, kot sem jaz.
- Stranke zanimajo le volilni glasovi, ne pa tudi mnenja ljudi.
- Politiki, ki smo jih izvolili v Državni zbor, večinoma hitro izgubijo stik z ljudstvom.

*Pripadnost skupini:* s tem konceptom se nanašam na občutek pripadnosti v virtualni skupnosti. Skupinska identiteta se oblikuje, ko se posamezniki združujejo v nekakšno skupnost na podlagi podobnih interesov. Občutenje pripadnosti skupnosti v virtualnem okolju označuje dimenzija pripadnosti in povezanost preko skupnih ciljev, h katerim stremi celotna skupnost. Občutek virtualne skupnosti sestavljajo štiri dimenzije: občutek pripadnosti, poleg slednje pa tudi občutek vpliva, integracija in izpopolnjevanja potreb, ter skupna emocionalna vez – “*duh skupnosti*” (McMillan, Chavis 1986, 9). V svojo raziskavo sem vključila indikatorje merjenja pripadnosti spletni skupnosti<sup>3</sup> po Blanchard (2007, 829). Ker pa vsi indikatorji niso bili uporabni za spletno okolje Facebooka, sem jih nekaj izključila, preostale pa prilagodila namenom raziskave:

- Pomembno mi je, da sem član Facebooka.
- Osebno poznam vse svoje FB prijatelje.
- Lahko predvidevam, kako se bodo moji FB prijatelji odzvali na nekatere teme.
- Ni mi pomembno, kaj o mojih dejanjih na Facebooku menijo moji FB prijatelji.
- Od svojih FB prijateljev navadno dobim odgovor na svoja vprašanja.

---

<sup>3</sup> Sense of Virtual Community (SOVC)

- FB prijateljem pogosto pomagam z nasvetom.
- Večinoma so člani mojega FB omrežja resnično moji prijatelji.
- Nekateri člani mojega omrežja so med seboj prijatelji.
- S članstvom na Facebooku nisem pridobil/a ničesar.
- Pričakujem, da bom še dolgo član Facebooka.

*Anonimnost kot neprepoznavnost:* Marx (2004, 143-144) opredeljuje anonimnost v kontekstu spreminjanja družbenih in psiholoških procesov v visoko razvitih informacijskih družbah. Anonimnost predstavlja kot situacijo, v kateri posameznik ne more biti identificiran po nobeni od naslednjih dimenzij: imenu in priimku, prostorski lokaciji, psevdonimih, ki so povezani z imenom in lokacijo osebe, psevdonimih, ki niso povezani z imenom in lokacijo osebe, poznavanju osebnih značilnosti posameznika, socialni kategorizaciji in simbolnih (ne)primernosti. Anonimnost bo merjena skozi dimenzijo identifikabilnosti, kot jo opredeljuje Marx (2004), vendar sem jih na tem mestu prilagodila uporabi v spletnem omrežju FB in zastavila elemente, ki omogočajo prepoznavnost znotraj le-tega:

- ime in priimek;
- prostorska lokacija;
- socialna kategorizacija: zaposlitev in izobrazba;
- poznavanju osebnih značilnosti posameznika: *strani*, ki jih je izbral in *skupine*, katerim se je uporabnik pridružil.

Mersko lestvico sem zastavila na način, da višje vrednosti označujejo višjo stopnjo anonimnosti (1: Da, 2: Da, vendar le nekateri, 3: Ne, to informacijo skrivam, 4: Ne, te informacije ne nudim).

Pri tem naj še omenim, da posameznik na spletu lahko v posameznem forumu postane prepoznaven, četudi svojo identiteto skriva za psevdonomom. Njegova virtualna identiteta in stališča lahko po daljšem delovanju v npr. forumu postanejo prepoznana, vendar tovrstni pojavi v raziskavi ne bodo zajeti.

Znotraj specifičnega okolja raziskovanja (družbeno omrežje Facebook) sem zaznala problematičnost interpretacije anonimnosti zgolj kot identifikabilnost, saj je le-ta na FB precej visoka. Razmislek me je vodil k vključenju dimenzije *učinka anonimnosti* skozi SIDE model. Slednji skozi učinek anonimnosti v RPK odkriva razvoj sovražne, proste

komunikacije, saj je posameznik pod okriljem anonimnosti zaščiten pred zahtevo za odgovarjanjem za lastne izjave in posledičnimi napadi. Tu sem oblikovala naslednje mere, ki so osnovane na merskem inštrumentu anonimnosti. Trditve sem izbrala in oblikovala na podlagi indikatorjev anonimnosti, ki so bili lani razviti v okviru predmeta Raziskovalni seminar na dodiplomski stopnji Družboslovne informatike in jih prilagodila raziskovalnem okolju Facebooka:

- Člani FB se počutijo lagodno, ko se z vsemi sogovorniki osebno ne poznajo (na primer v FB skupinah).
- Člani FB se počutijo varno, četudi ostali člani poznajo njihovo pravo identiteto.
- Komuniciranje preko FB članom omogoča, da izrazijo občutke, ki jih drugače ne bi.
- Komuniciranje preko FB članom omogoča, da so do sogovornikov bolj sovražni, kot bi bili v realnosti.

Faktor, ki podpira razvoj spirale molka, je tudi percepcija večinskega mnenja in obenem pričakovano oblikovanje mnenjske klime v prihodnosti. V tej točki sem izhajala iz opredelitev operacionaliziranih pojmov, kot sta jih zastavila Petrič in Pinter (2002, 50-51):

- Skladnost osebnega mnenja z večinskim mnenjem: mero večinskega mnenja bi vpeljala na dveh nivojih: nivoju FB omrežja (kot referenčne skupine) in večinskega mnenja v državi. Indikator skladnosti se bo nanašal na dve ravni: lastno mnenje in mnenja večine (referenčne ali slovenske), ki bosta merjena s trditvama na lestvici od 1 (Sploh ne strinjam) do 5 (Popolnoma se strinjam). Iz tega je bil naknadno izpeljan indikator z absolutnimi vrednostmi med 0 (Ni skladnosti) do 4 (Močna skladnost).
- Skladnost osebnega mnenja z mnenjskimi trendi: to mero bo potrebno navezati na zgoraj zastavljene indikatorje, najprej pa postaviti naslednje vprašanje, ki bo razkrivalo bodoče trende. Vsaka izmed ocen bo tudi ovrednotena na lestvici od 1 (Sploh ne strinjam) do 5 (Popolnoma se strinjam).



## 5 EMPIRIČNI DEL

V nadaljevanju bodo predstavljeni izsledki raziskave, ki sem jo opravila z namenom raziskovanja izražanja javnega mnenja v spletnem okolju med mladimi v Sloveniji. Raziskava se je nanašala na specifično aktualno temo Zakona o malem delu. Anketo sem se odločila izvesti na Facebooku, kjer je rekrutacija respondentov razmeroma enostavna, predvsem pa sem na ta način skušala zadovoljiti predpostavki tako aktivnih kot tudi neaktivnih mladih, ki obenem predstavljajo oba pola opredelitve na temo Zakona o malem delu. Tako je bila enota analize član Facebooka med 15. in 29. letom starosti. Pri tem sem izhajala iz širše uradne definicije mladih v Sloveniji, ki zajema mlade med 15. in 29. letom (Statistični urad Republike Slovenije 2009b).

### 5.1 Izvedba ankete

V začetku naj utemeljim, zakaj sem se odločila za izvedbo ankete. Anketo sem izvedla na temo Zakona o malem delu, ki izpolnjuje zahtevo po moralni opredeljenosti študentov. V javnosti se je izpostavljalo vprašanje, ali je študentsko delo v sedanji obliki pravica študentov oz. ali so pripravljeni sprejeti spremembe v obliki malega dela. Izbira študentske populacije je razumljiva tudi iz vidika vključenosti v spletno sfero, saj raba interneta v tej populaciji presega 90 odstotkov (RIS 2009). Seveda s tem ne gre pričakovati posplošljivih rezultatov, a s predstavljenjo anketo želim raziskati odnose in vplive posameznih dejavnikov.

Testiranje spirale molka omejuje šest postavk (povzeto po Noelle-Neumann 1993):

- Pridobiti moramo relativno uravnotežen vzorec glede na izraženo mnenje.
- Preverjanje splošne mnenjske klime oziroma pridobiti oceno mnenja večine.
- Ocena, katero mnenje bo pridobivalo vse več podpornikov, katero bo izgubljalo.
- Ali je tematika za respondente emocionalno zavezujoča?
- Kakšna je pozicija pomembnejših medijev o tej problematiki? Mnenje posameznika, ki je podprto v pomembnejših množičnih medijih, bo namreč veliko verjetneje izraženo.

Način raziskave z anketo sem izbrana v skladu s priporočili Kennamerja (v Petrič 2002, 132), saj teorija spirale molka poenostavlja javnomnenjske procese in omogoča

statistično neposredno analizo hipotez preko anketno pridobljenih rezultatov. Velja pa tudi opomniti na opozorila avtorice Ule (2002, 13) o dvomljivi vrednosti javnomnenjskih raziskav, ki dejansko skozi prikaz nekaj ocen posameznikov ne morejo predstavljati dominantnega mnenja, lahko pa s sistematičnimi in rednimi raziskavami pridobimo dolgoročne in stabilne mnenjske vzorce. Iz navedenega sledi, da z rezultati pridobljenimi preko socialnega omrežja in deleža prisotne študentke populacije lahko pričakujemo največ smernice o vplivu javnega mnenja na izražanje lastnega mnenja.

Spletno anketo, s katero sem želela preverjati izražanje mnenja na spletu, sem postavila s pomočjo spletne aplikacije 1ka<sup>4</sup> in izdelano anketo s povezavo objavila na lastnem FB profilu z nagovorom, ki je člane mojega FB omrežja (t.i. FB prijatelje) pozival k izpolnjevanju spletne ankete od 5. januarja do 15. januarja 2011 – nagovor sem vsakodnevno osvežila. Nekaj prijateljev, natančneje 12, mi je pri zbiranju tudi pomagalo z objavo ankete na lastnem Facebook profilu.

Anketa je bila zaključena 15. januarja 2010 in na anketo se je odzvalo 451 oseb, med temi sta anketo do konca izpolnili 202 osebi. S temi podatki lahko govorimo o 44,8% stopnji odgovorov, a izključno glede respondentov, ki so se odzvali na anketo vsaj s klikom. Tudi med slednjimi so bile iz analize izločene osebe nad 29 let, zato v nadaljevanju predstavljam rezultate 190-ih respondentov.

## **5.2 Vzorčenje in vzorec**

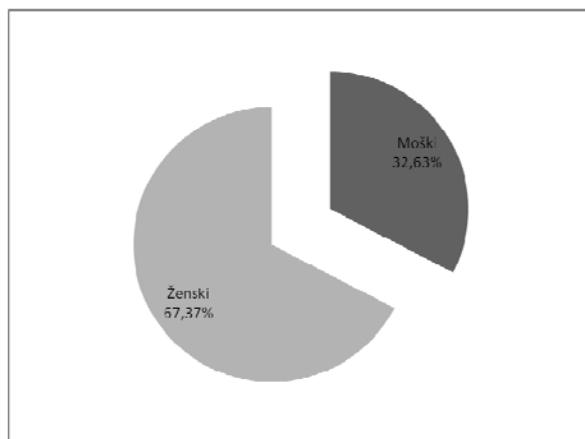
Tovrstni vzorec sicer predstavlja neverjetnostno vzorčenje, izhajajoč že iz tega, da je nemogoče oceniti velikost vzorčnega okvira. Zaradi tega posledično ne moremo govoriti o določeni, predhodno znani verjetnosti, da bo posamezna enota izbrana, saj so se člani nabirali povsem naključno, med uporabniki Facebooka, ki so kliknili na povezavo z anketo. Tovrstna zbiranja podatkov vsekakor ni moč posploševati in z njih sklepati na populacijo, zato je želim poudariti, da bodo pričujoči izsledki informativnega pomena in predstavljeni le kot indikator stanja izražanja mnenja med zbranimi respondenti in kot smernica nadaljnjega raziskovanja.

---

<sup>4</sup> www.1ka.si. Anketa dostopna prek naslova: <http://www.1ka.si/a/4192>.

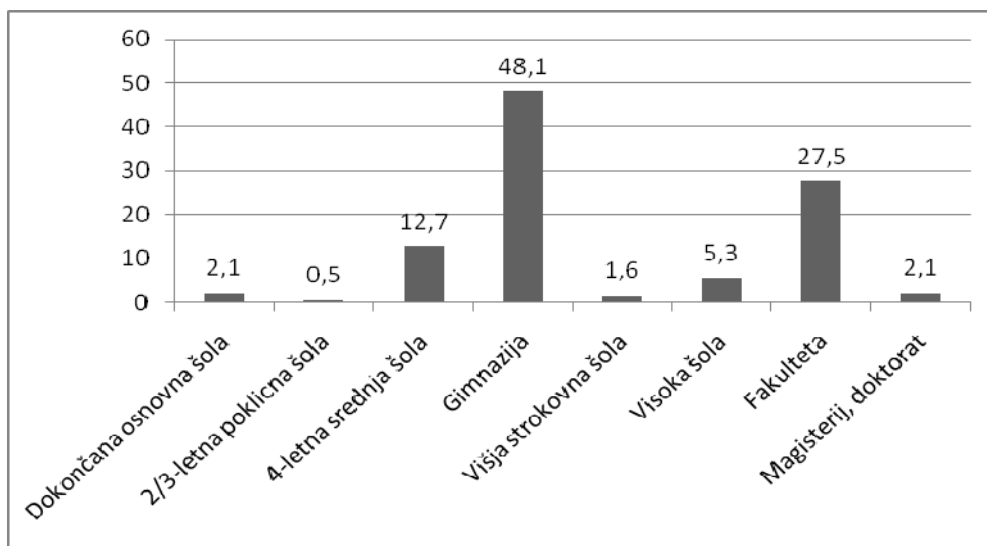
Vzorec respondentov sestavljata dve tretjini žensk in tretjina moških, kot je prikazano v Sliki 5. 1. Glede na status je na anketo odgovorilo največ študentov (69%), petina (21%) zaposlenih ali samozaposlenih, pet odstotkov je bilo nezaposlenih in 3 odstotke dijakov.

**Slika 5.1:** Spolna struktura respondentov.



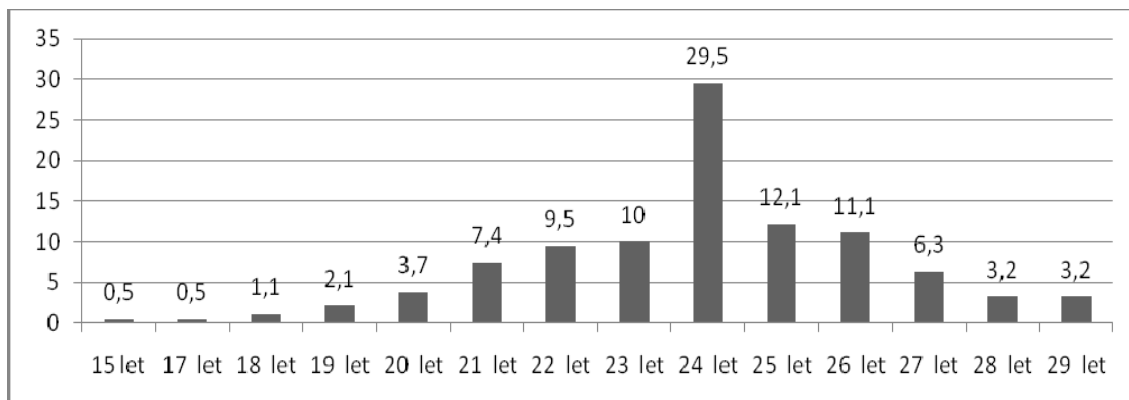
Največji delež respondentov, skoraj polovica, je kot zadnjo doseženo izobrazbo navedla gimnazijsko izobrazbo, nadaljnja četrtina (27,5%) odgovorov je pripadala fakultetno izobraženim, pet odstotkov je navedlo visoko šolo, ostali deleži so manjši.

**Slika 5.2:** Izobrazbena struktura.



V Sliki 5.3 je prikazana starostna struktura respondentov. Znaten skok je pri starosti 24, nekoliko bolje so zastopani starejši mladostniki, med 24. in 29. letom starosti, vendar pa vzorec pokriva celotno skupino mladih med 15. in 29. letom z izjemo 16-letnikov.

**Slika 5.3:** Starostna struktura.



## 6 STATISTIČNA ANALIZA REZULTATOV

Na naslednjih straneh bodo s pomočjo različnih statističnih metod analizirani in pojasnjeni dejavniki, ki tvorijo teoretični model. V nadaljevanju bo predstavljena ocena indikatorjev merjenih konceptov z izvedbo faktorske analize. S preverjenimi indikatorji bom nato tvorila regresijske modele in skozi to iskala informacije o vplivu posameznih dejavnikov.

### 6.1 Obrazložitev uporabljenih statističnih metod

*Faktorska analiza:* V analizi podatkov sem se odločila za izhodiščno iskanje relevantnih dejavnikov, ki bi čim boljše pojasnjevali dejansko izražanje mnenja. Najprej sem uporabila metodo faktorske analize – metodo glavnih osi. V primeru faktorske analize gre za študij povezav med spremenljivkami, tako da poizkušamo najti novo množico spremenljivk, ki predstavljajo to, kar je skupnega opazovanim spremenljivkam. Faktorska analiza poizkuša poenostaviti kompleksnost povezav med množico opazovanih spremenljivk z razkritjem skupnih razsežnosti ali faktorjev, ki omogočajo vpogled v osnovno strukturo podatkov (Ferligoj 2007). Avtorica razlaga pomen komunalitet kot delež variance, ki je pojasnjena s skupnimi faktorji. Faktorska analiza je mogoča pri izpolnjenih dveh pogojih: identifikabilnost in enoličnost (ibid., 8).

*Cronbachov alfa:* pri oblikovanju dejavnikov sem le-te preverila tudi z mero zanesljivosti Cronbachovega koeficienta alfa. Z njim merimo notranjo konsistentnost indikatorjev (Schmitt 1996, 350). Avtor sicer navaja 0,7 kot standardno mero sprejemljivosti konstruktov glede na koeficient, vendar v družboslovju pogosto sprejemamo tudi 0,6 kot zadovoljivo mero. V nasprotnem primeru pa je treba izdelane merske lestvice ponovno premisliti in ovrednotiti. Sijtsma (2009, 111) opozarja tudi na možnost negativne vrednosti koeficienta alfa, do katere pride, če spremenljivke niso pravilno rekodirane, oziroma indikatorja merita koncept v različni smeri.

*Regresijska analiza:* V nalogi sem uporabila metodo linearne regresije, s katero sem ocenjevala kakovost izdelanih modelov skozi meritve vpliva. S pomočjo slednje sem merila vpliv ene spremenljivke na drugo. Pri tem moramo predpostaviti normalno porazdeljenost in linearno zvezo med izbranimi spremenljivkami. Spremenljivke, kjer je bila opazna asimetrija, sem predhodno dihotomizirala.

## 6.2 Merjeni koncept

Izhodiščna problematika te naloge je bilo vprašanje, v kolikšni meri se dejansko izražanje mnenja sploh pojavlja. V anketnem vprašalniku sem respondente povprašala o sodelovanju z izražanjem mnenja v ključnih spletnih skupnostih, ki omogočajo komunikacijo članov. Pri izbiri sem se naslonila na raziskavo Spletne skupnosti (RIS 2010), ki izpostavlja spletne forume in socialna omrežja kot bolj popularne spletne skupnosti, izpustila pa sem sicer najbolj popularne video in foto skupnosti. Kot mesta debate v spletnem okolju sem dodala še spletne dnevnike – bloge in komentiranje novic ter spletne klepetalnice. Pri spremenljivkah sem tudi izhodiščno manjkajočo vrednost “Storitve ne uporabljam” rekodirala v Ne. Kot je opaziti, je največ dejanskega izražanja mnenja opaziti znotraj spletnega omrežja Facebook, nato v aplikacijah za spletno komuniciranje MSN, deleži izražanja mnenja v ostalih pa so majhni.

**Tabela 6.1:** Deleži dejanskega izražanja mnenja.

|   | Ne  |      | Da, enkrat |      | Da, večkrat |      |
|---|-----|------|------------|------|-------------|------|
|   | N   | %    | N          | %    | N           | %    |
| Na MSN, Gtalk, Yahoo Messenger)   | 158 | 83,6 | 9          | 4,8  | 22          | 11,6 |
| V spletnih klepetalnicah (IRC)  | 184 | 97,4 | 3          | 1,6  | 2           | 1,1  |
| Na spletnih mestih množičnih medijev - komentiranje novic                                     | 171 | 90,5 | 11         | 5,8  | 7           | 3,7  |
| S pisanjem na spletnem forumu (npr. rtvslo, siol,...)   | 174 | 92,1 | 9          | 4,8  | 6           | 3,2  |
| S pisanjem prispevkov na lastnem blogu  | 183 | 97,3 | 4          | 2,1  | 1           | 0,5  |
| S komentiranjem novic na tujih blogih   | 178 | 94,7 | 6          | 3,2  | 4           | 2,1  |
| (FB) - komentiranje na statuse, na zid profilov oseb  | 146 | 77,2 | 20         | 10,6 | 23          | 12,2 |
| (FB) - 'lajkanje' strani na temo malega dela  | 141 | 74,6 | 20         | 10,6 | 28          | 14,8 |
| Sodelovanje ali podpora FB skupini, ki je namenjena informacijam in komunikaciji o malem delu | 143 | 75,3 | 30         | 15,8 | 17          | 8,9  |

Preverjanje izražanja mnenja sem nadaljevala z rekodiranjem spremenljivk: 1 – Nikoli, 2 – Da, enkrat in 3 – Da, večkrat in jih zaradi visoke asimetrije dihotomizirala v Da ali Ne, s čemer sem želela omejiti asimetrijo porazdelitve. Nato sem s faktorško analizo – metodo glavnih osi – preverila kakovost faktorjev. Danim faktorjem sem vsilila en faktor in tako preverila, če indikatorji merijo isti koncept.

V tabeli 7.1 predstavljam opisne statistike, ki prikazujejo sicer visoko asimetrijo, predvsem pa je ta problematična pri podajanju svojega mnenja z izjavami na forumih, blogih ali v spletnih klepetalnicah. Izkazalo se je, da osebe, ki aktivno sodelujejo v forumih, blogih in na drugih platformah, v izbrani populaciji Facebook uporabnikov

niso bile zajete. Drugo pomanjkljivost predstavljajo spletne klepetalnice, ki med mladimi niso več aktualne, kar potrjuje raziskava Raba interneta v Sloveniji (RIS 2010). Pričujočo raziskavo bi nedvomno oplemenitili podatki ciljno zbrani med uporabniki vsake izmed naštetih spletnih skupnosti.

**Tabela 6.2:** Opisne statistike koncepta Dejansko izražanje mnenja.

|   | Povprečje | St. odklon | Asimetrija | Sploščenost |
|---|-----------|------------|------------|-------------|
| Na MSN, Gtalk, Yahoo Messenger)   | 1,18      | 0,38       | 1,71       | 0,92        |
| V spletnih klepetalnicah (IRC)  | 1,04      | 0,19       | 5,02       | 23,52       |
| Na spletnih mestih množičnih medijev - komentiranje novic                                     | 1,11      | 0,31       | 2,55       | 4,57        |
| S pisanjem na spletnem forumu (npr. rtvslo, siol,...)   | 1,09      | 0,29       | 2,92       | 6,59        |
| S pisanjem prispevkov na lastnem blogu  | 1,04      | 0,19       | 5,08       | 24,13       |
| S komentiranjem novic na tujih blogih   | 1,06      | 0,25       | 3,61       | 11,16       |
| (FB) - komentiranje na statuse, na zid profilov oseb  | 1,23      | 0,42       | 1,29       | -0,33       |
| (FB) – 'lajkanje' strani na temo malega dela  | 1,26      | 0,44       | 1,12       | -0,75       |
| Sodelovanje ali podpora FB skupini, ki je namenjena informacijam in komunikaciji o malem delu | 1,26      | 0,44       | 1,13       | -0,73       |

## 7 OCENA MERJENIH INDIKATORJEV

Na tem mestu podajam rezultate faktorске analize, s katero sem preverila umeščenost vseh indikatorjev. Po rekodiranju spremenljivk je bila pognana faktorška analiza. Uporabila sem metodo glavnih osi (ang. Principal Axis Factoring) in uteži merila na enem faktorju, zato tudi rotacija ni bila potrebna. Pripis (R) je dodan indikatorjem, ki so koncept merili v obratno smer, zato so bile vrednosti slednjih naknadno obrnjene.

**Tabela 7.1:** Faktorске uteži po indikatorjih in Cronbachov alfa za posamezni koncept.

| Koncept                            | Indikatorji  | Faktor. uteži | Cronb. alfa |
|------------------------------------|--|---------------|-------------|
| <b>Občutek pripadnosti skupini</b> | Pomembno mi je, da sem član Facebooka.   | 0,81          | 0, 53       |
|                                    | Osebno poznam vse moje FB prijatelje.  | 0,61          |             |
|                                    | Lahko predvidevam, kako se bodo moji FB prijatelji odzvali na nekatere teme.                         | 0,38          |             |
|                                    | Ni mi pomembno, kaj o mojih dejanjih na Facebooku menijo moji FB prijatelji (R).                     | 0,22          |             |
|                                    | Od svojih FB prijateljev navadno dobim odgovor na svoja vprašanja.                                   | 0,09          |             |
|                                    | FB prijateljem pogosto pomagam z nasvetom.   | 0,30          |             |
|                                    | Večinoma so člani mojega FB omrežja resnično moji prijatelji.  | 0,10          |             |
|                                    | Nekateri člani mojega omrežja so med seboj prijatelji.   | 0,01          |             |
|                                    | S članstvom na Facebooku nisem pridobil/a ničesar (R).   | 0,52          |             |
|                                    | Pričakujem, da bom še dolgo član Facebooka.  | 0,61          |             |
| <b>Politična učinkovitost</b>      | Aktualno politično dogajanje me ne zanima_R.   | 0,49          | 0, 77       |
|                                    | Ljudje, kot sem jaz, nimajo nobenega vpliva na odločitve vlade (R).                                  | 0,64          |             |
|                                    | Le z volitvami lahko nekoliko vplivamo na odločitve vlade.   | 0,08          |             |
|                                    | Včasih se mi zdi, da sta politika in vladanje človeku, kot sem jaz, popolnoma nerazumljiva (R).      | 0,51          |             |
|                                    | Menim, da vlade ne zanima, kaj o aktualnih problemih mislijo ljudje, kot sem jaz (R).                | 0,81          |             |
|                                    | Menim, da stranke zanimajo le volilni glasovi, ne pa tudi mnenja ljudi (R).                          | 0,64          |             |
|                                    | Politiki, ki smo jih izvolili v Državni zbor, večinoma hitro izgubijo stik z ljudstvom.              | 0,54          |             |
| <b>Anonimnost – učinek</b>         | Člani FB se počutijo lagodno, ko se z vsemi sogovorniki osebno ne poznajo (na primer v FB skupinah). | 0,72          | 0, 66       |
|                                    | Člani FB se počutijo varno, četudi ostali člani poznajo njihovo pravo identiteto (R).                | 0,52          |             |
|                                    | Komuniciranje preko FB članom omogoča, da izrazijo občutke, ki jih drugače ne bi.                    | 0,56          |             |
|                                    | Komuniciranje preko FB članom omogoča, da so do sogovornikov bolj sovražni, kot bi bili v realnosti. | 0,50          |             |
| <b>Strah pred izolacijo</b>        | Skrbi me, kaj si drugi mislijo o meni.   | 0,61          | 0, 69       |
|                                    | Pri spoznavanju novih ljudi mi je večkrat neprijetno.  | 0,54          |             |
|                                    | Izogibam se družabnim srečanjem.   | 0,51          |             |
|                                    | Skrbi me, da me bodo ljudje izločili, če se ne bodo strinjali z mojim mnenjem.                       | 0,73          |             |
|                                    | Uživam v debati o kontroverznih temah (R).   | 0,19          |             |
|                                    | Prepirom se običajno skušam izogniti.  | 0,29          |             |



V Tabeli 7.1 so navedene vrednosti, pridobljene s faktorsko analizo, s čimer so se izkazali indikatorji (obarvani sivo z vrednostjo pod 0,4), ki niso primerno umeščeni v izbrani merjeni koncept in so bili iz nadaljnje analize izločeni. Cronbachovi koeficienti alfa so bili naknadno izračunani na indikatorjih, ki jih je faktorska analiza potrdila. Spodaj sledijo natančnejše opredelitve konceptov.

## **7.1 Občutek pripadnosti skupini**

V primeru občutka *pripadnosti skupini* so se pri oblikovanju edinstvenega pojasnjevalnega indikatorja slabše izkazali: Ni mi pomembno, kaj o mojih dejanjih na Facebooku menijo moji FB prijatelji; Od svojih FB prijateljev navadno dobim odgovor na svoja vprašanja; Večinoma so člani mojega FB omrežja resnično moji prijatelji; Nekateri člani mojega omrežja so med seboj prijatelji.

S faktorsko analizo so bili potrjeni naslednji indikatorji: Pomembno mi je, da sem član Facebooka; Osebno poznam vse svoje FB prijatelje; Lahko predvidevam, kako se bodo moji FB prijatelji odzvali na nekatere teme; S članstvom na Facebooku nisem pridobil/a ničesar; Pričakujem, da bom še dolgo član Facebooka, vendar je na tem mestu potrebno omeniti slabšo notranjo konsistentnost znotraj merjenega koncepta s Cronbachovim alfa, ki znaša le 0,53. Pregled umeščenih indikatorjev nakaže tudi dvodimenzionalnost teh indikatorjev; kot eno dimenzijo lahko izpostavim pomen članstva v spletni skupnosti Facebook in kot drugo dimenzijo osebni odnos oziroma poznavanje FB prijateljev.

Skupna točka izločenih indikatorjev je iskanje dimenzije resničnega prijateljstva znotraj spletne skupnosti, kar očitno ni dejansko izražena kategorija znotraj spletne skupnosti Facebook. Za nadaljnjo obdelavo so bili imenovani dejavniki izločeni.

## **7.2 Politična učinkovitost**

Pred analizami sem mero politične učinkovitosti najprej rekodirala, saj je zastavljena merska lestvica dejansko merila politično ne-učinkovitost ali bolje rečeno občutek politične nemoči. Tako sem vrednosti obrnila in na ta način pridobila mero politične učinkovitosti. Pri oceni dejavnika *politična učinkovitost* se je ponovno pokazal dokaj primeren izbor dejavnikov z izjemo dejavnika *Le z volitvami lahko nekoliko vplivamo na odločitve vlade*, katerega bom iz nadaljnje analize izločila. Izbrani dejavniki so se potrdili tudi z zadostno vrednostjo mere Cronbachovega alfa, 0,77.

### **7.3 Učinek anonimnosti**

Učinki anonimnosti pri komunikaciji na spletu so bili merjeni s štirimi indikatorji, med njimi je bil pred faktorsko analizo najprej dejavnik Člani FB se počutijo varno, četudi ostali člani poznajo njihovo pravo identiteto rekodiran z obračanjem vrednosti. Faktorska analiza je pokazala, da so bili za učinek anonimnosti v spletnem omrežju FB izbrani primerni dejavniki, a vendarle je v tem primeru njihova notranja zanesljivost nekoliko nižja (0,66). Problematiko nižje zanesljivosti sicer preverjenega Marxovega inštrumenta pripisujem raziskovalnem okolju Facebooka, ki more izpolnjevati več od izbranih kategorij po Marxu (2004).

### **7.4 Strah pred izolacijo**

Med dejavniki koncepta *strah pred izolacijo* je bilo najprej potrebno rekodirati indikator Uživam v debati o kontroverznih temah. Pri strahu pred izolacijo je bilo potrebno izločiti dva indikatorja: Uživam v debati o kontroverznih temah in Prepirom se običajno skušam izogniti. Po izločitvi le-teh je notranja zanesljivost ocenjena na 0,69. Tudi ta mera se izkaže nekoliko slabše, kar je pričakovano tudi z vidika predhodnih raziskav, saj Noelle-Neumann ne poda enoznačne opredelitve pojma. Petrič (2002, 140-141) navaja dvojnost opredelitve strahu pred izolacijo kot psihološko osebnostno značilnost ali sram, ki ga občutimo v določenih družbenih situacijah ter prav tako dvojnost eksplicitne vloge mehanizma in implicitne vloge znotraj procesa izražanja mnenja.

## 8 OBLIKOVANJE SESTAVLJENIH SPREMENLJIVK

Iz posameznih konceptov so bile nato oblikovane sestavljene spremenljivke, ki jih v nadaljevanju predstavljam skozi njihove opisne statistike. Uporabljeni so dejavniki, ki so se po opravljeni faktorski analizi izkazali kot primerni. Merjeni dejavnik Dejansko izražanje mnenja je bil dihotomiziran v vrednosti 0 in 1, pri čemer je 0 označevalo odsotnost pojava in 1 prisotnost dejanskega izražanja mnenja. Dejavniki, kjer je bilo več indikatorjev merjeno na isti lestvici, pa so bili sešteti in deljeni.

Pri konceptu zaznave mnenjske klime sem v svoji raziskavi upoštevala tri ravni. Uporabila sem javno mnenje celotne Slovenije, mnenje referenčne skupine, na pomen katere opozarja Scheufele (2007, 180) in pričakovane mnenjske trende. Le-te sem uporabila pri meritvi pomembnega dejavnika skladnosti med lastnim mnenjem in percepcijo zaznanega javnega mnenja. Mero skladnosti sem ustvarila po zgledu avtorjev Petrič in Pinter (2002) z izračunom odstopanj med zaznavo javnega mnenja sedaj in v bodočnosti ter lastnimi mnenjem glede sprejetja Zakona o malem delu.

**Tabela 8.1:** Opisne statistike sestavljenih spremenljivk.

|                                    | N   | Min. | Maks. | Povprečje | Statistični odklon | Asimetrija | Sploščenost |
|------------------------------------|-----|------|-------|-----------|--------------------|------------|-------------|
| Dejansko izražanje mnenja          | 187 | 0,00 | 9,00  | 1,14      | 1,86               | 1,76       | 2,59        |
| Pripravljenost za izražanje mnenja | 187 | 1,00 | 4,00  | 2,17      | 0,75               | 0,29       | 0,06        |
| Pripadnost skupini                 | 189 | 1,00 | 4,80  | 3,46      | 0,57               | -0,73      | 1,48        |
| Politična učinkovitost             | 184 | 1,00 | 4,50  | 2,69      | 0,70               | 0,22       | -0,11       |
| Strah pred izolacijo               | 188 | 1,00 | 4,00  | 2,15      | 0,66               | 0,37       | -0,17       |
| Učinek anonimnosti                 | 187 | 1,00 | 5,00  | 3,25      | 0,68               | -0,54      | 0,83        |
| Anonimnost (Neprepoznavnost)       | 182 | 1,00 | 3,67  | 1,98      | 0,68               | -0,02      | -0,93       |
| Skladnost z referenčno skupino     | 182 | 0,00 | 4,00  | 0,88      | 0,86               | 0,75       | 0,15        |
| Skladnost z javnim mnenjem         | 183 | 0,00 | 3,00  | 0,96      | 0,84               | 0,58       | -0,27       |
| Skladnost z mnenjskimi trendi      | 182 | 0,00 | 4,00  | 0,84      | 0,87               | 0,94       | 0,54        |

## 8.1 Preverjanje hipotez

V nadaljevanju bodo analizirani modeli z linearno regresijsko analizo. Z mero  $R^2$  bom analizirala pojasnjevanje variabilnosti odvisne spremenljivke z izbranimi koncepti. Vpliv posameznega indikatorja bo nadalje interpretiran skozi mero  $\beta$  in pripadajočo vrednostjo statistične značilnosti vpliva.

**Model 1:** Vpliv *politične učinkovitosti, pripadnosti skupini, skladnosti osebnega z večinskim mnenjem, skladnosti osebnega z mnenjem referenčne skupine in skladnosti osebnega mnenja z mnenjskimi trendi* na *pripravljenost za izražanje mnenja*.

**Tabela 8.2:** Koeficienti linearne regresije za Model 1.

| Model | $R^2$ | Stat. značilnost | Dejavniki                      | Beta   | Stat. Značilnost |
|-------|-------|------------------|--------------------------------|--------|------------------|
| 1     | 0,063 | 0,053            | Politična učinkovitost         | 0,018  | 0,815            |
|       |       |                  | Pripadnost skupini             | 0,020  | 0,796            |
|       |       |                  | Skladnost z večinskim mnenjem  | 0,259  | 0,002            |
|       |       |                  | Skladnost z referenčno skupino | -0,014 | 0,864            |
|       |       |                  | Skladnost z mnenjskimi trendi  | -0,097 | 0,239            |

Izbranih pet spremenljivk pojasnjuje 6,3% variabilnosti v pripravljenosti za izražanje mnenja, a statistična značilnost modela ne potrjuje zadostno, signifikanca namreč nekoliko presega mejo 0,05. Temu navkljub se očitno nakazuje, da izbrane spremenljivke smiselno pojasnjujejo delež variabilnosti pripravljenosti za izražanje mnenja. Statistike nakazujejo, da pripadnost skupini neznatno vpliva na pripravljenost za izražanje mnenja (0,02), še šibkejša je povezava med politično učinkovitostjo in pripravljenostjo posameznika za izražanje mnenja (0,018). Ponovno pa sta se obe meri izkazali za statistično neznačilni. Bolj ugodne rezultate zabeležimo pri skladnosti lastnega mnenja in percipiranega večinskega mnenja, pri čemer izpostavljam skladnost z večinskim mnenjem (mnenje večine Slovencev), ki je posredovana preko medijev in nakazuje vpliv večinskega mnenja na pripravljenost respondenta za izražanje mnenja ( $\beta=0,259$ ), kjer je vpliv tudi statistično značilen. Slabše sta se izkazali skladnost z referenčno skupino in z mnenjskimi trendi, katerih vpliv je tudi negativen, kar označuje zanimivo dejstvo, da bolj ko je mnenje posameznika usklajeno z mnenjem večine, manjša je njegova pripravljenost za izražanje mnenja. Tovrstno obnašanje bi lahko pripisali težnji h konfliktnosti, vendar sta dejavnika statistično neznačilna in ju ne gre sploševati. Slabo pojasnjevanje skozi spremenljivko Pripravljenost za izražanje

mnenja sicer ne preseneča, razlog za to pa povsem verjetno leži v simulaciji sovražnega okolja v meri izražanja mnenja (Petrič 2002, 135).

**Model 2:** Vpliv *neprepoznavnosti, učinka anonimnosti in pripadnosti skupini na dejansko izražanje mnenja.*

**Tabela 8.3:** Koeficienti linearne regresije za Model 2

| Del | R <sup>2</sup> | Statistična značilnost | Dejavniki                    | Beta   | Statistična značilnost |
|-----|----------------|------------------------|------------------------------|--------|------------------------|
| 1   | 0,026          | 0,209 <sup>a</sup>     | Učinek anonimnosti           | 0,160  | 0,038                  |
|     |                |                        | Anonimnost (neprepoznavnost) | 0,044  | 0,568                  |
|     |                |                        | Strah pred izolacijo         | -0,016 | 0,0833                 |

Drugi model pojasnjuje 2,6% variabilnosti dejanskega izražanja mnenja s spremenljivkami anonimnosti in strahu pred izolacijo, a sam model ni statistično značilen. S pomočjo regresijskih koeficientov lahko prepoznamo pozitivno povezanost med spremenljivkama anonimnosti. Z drugimi besedami – posameznik verjetneje izrazi mnenje, če je bolj anonimen, a te trditve zavrlo statistične neznačilnosti ne gre posploševati. Drugo plat predstavlja učinek anonimnosti, ki v skladu s SIDE modelom predpostavlja, da je zaradi anonimnosti v virtualni skupnosti komunikacija bolj odprta, lahko celo sovražna, vpliv učinka anonimnosti na dejansko izražanje mnenja pa se je tu potrdil s zadostno statistično značilnostjo. Četudi je strah pred izolacijo v središču zanimanja teorije spirale molka, se je le-ta v pričujoči analizi izkazal z zelo šibkim negativnim vplivom na dejansko izražanje mnenja ( $\beta = -0,016$ ) in na tem mestu velja omeniti precej nizko stopnjo strahu pred izolacijo med izbranimi uporabniki FB (glej prilogo B). V grobem opisu nižji strah pred izolacijo spodbudi izražanje mnenja, vendar se vpliv sicer izkaže za statistično neznačilnega in rezultatov ne gre posploševati.

**Model 3:** Vpliv *pripravljenosti za izražanje mnenja na dejansko izražanje mnenja.*

**Tabela 8.4:** Koeficienti linearne regresije za Model 3.

| Model | R <sup>2</sup> | Stat. značilnost   | Dejavnik                           | Beta  | Stat. značilnost |
|-------|----------------|--------------------|------------------------------------|-------|------------------|
| 1     | 0,253          | 0,000 <sup>a</sup> | Pripravljenost za izražanje mnenja | 0,335 | 0,000            |

V zadnjem modelu, ki ga predstavljam, izbrana spremenljivka pojasnjuje več kot četrtino (25,2%) variabilnosti dejanskega izražanja mnenja, kar je tudi statistično značilno ( $\text{sig} < 0,05$ ). Sama pripravljenost za izražanje mnenja z  $\beta = 0,335$  prikazuje dokaj dober, prav tako statistično značilen vpliv na dejansko izražanje mnenja.

## 9 UGOTOVITVE IN ZAKLJUČEK

Cilj diplomskega dela je bil umestiti spiralo molka v spletno okolje in v luči slednje analizirati izražanje mnenja kot dimenzijo politične participacije mladih v spletnem okolju. Pri tem sem se naslonila na Treschelovo (2003) opredelitev e-demokracije skozi analizo participacije v novih prostorih informiranja in deliberacije. Sama participacija se je z analizo izražanja mnenja izkazala relativno nizko in opaziti je, da izbrani dejavniki ne pojasnjujejo končne spremenljivke Dejansko izražanje mnenja v zadostni meri.

Sama teorija spirale molka se je skozi predhodno opisano raziskavo le deloma potrdila. Rezultati raziskave so namreč v primeru spletne komunikacije o Zakonu o malem delu potrdili vpliv zaznane mnenjske klime v smislu, da so posamezniki, ki so svoje mnenje ocenjevali skladno z večinskim, v večji meri izrazili svoje mnenje. V lastni raziskavi sem se odločila za temo Zakona o malem delu, ki je bila v času raziskave politično aktualna tema, ki je v največji meri aktivirala mlajšo populacijo. V oblikovanju pojasnjevalnega modela sem upoštevala pglavitne dejavnike teorije spirale molka avtorice Noelle-Neumann in obenem vključila specifične dejavnike komunikacije v spletnem okolju.

Rezultati pričujoče raziskave so dokazali izpolnitev temeljnega pogoja teorije spirale molka – vpliva percepcije mnenjske klime. Nekoliko presenetljiv pa je vpliv pripravljenosti izražanja mnenja na dejansko izražanje mnenja, ki nasprotuje ugotovitvam avtorjev Petrič in Pinter (2002, 45). Slednja namreč dokazujeta dejansko izražanje mnenja kot neodvisno od pripravljenosti izražanja lastnih mnenj. Na izražanje mnenja v spletnih skupnostih pozitivno vpliva tudi učinek anonimnosti komuniciranja skozi spletni vmesnik. Participacijo na spletu sem merila z mero dejanskega izražanja mnenja, ki se je izkazala najbolje v okolju socialnega omrežja Facebook, v okviru katerega je vsaj enkrat svoje mnenje izrazila približno četrtnina respondentov. Kot dokazujem v nadaljevanju, se teorija spirale molka v spletnem okolju potrjuje le deloma. V nadaljevanju podajam natančnejše analize zastavljenih hipotez in v zaključku krajše obravnavam spornost spirale molka skupaj z nekaterimi nastavki izboljšav in predlogov za nadaljnjo analizo.

Prvo hipotezo sem v lastni raziskavi potrdila. Izkazalo se je namreč, da skladnost z mnenjem večine v Sloveniji poveča tudi pripravljenost posameznika za izražanje mnenja. Temu pritrjuje raziskava izražanja mnenja, ki sta jo izvedla Liu in Fahmy

(2009), zanimivo in morda nekoliko nepričakovano, da je skladnost z javnim mnenjem v spletnem okolju tako zavezujoča za sporočevalca. Izhajajoč iz opazke Scheufele-ja (2007, 180), ki poudarja pomen referenčne skupine, sem v lastni raziskavi uporabila referenčno skupino prijateljev v spletnem omrežju Facebook, vendar se le-ta ni izkazala kot statistično značilna in je ne gre posploševati. Zanimivo pa je, da se pri raziskavi nakazuje le šibek negativni vpliv referenčne skupine na pripravljenost za izražanje mnenja, kar pomeni, da mnenje večine FB prijateljev ni zavezujoče in morda le spodbuja opozicijska mnenja. Vpliv zaznave mnenjske klime na izražanje mnenja sicer potrjujejo tudi drugi avtorji (npr. Petrič in Pinter 2002), vendar je sama konceptualizacija odnosa med konceptoma precej nenatančna (Petrič 2002, 139), s čimer se pojasnjujejo tudi številna odstopanja od potrditve vpliva javnega mnenja na izražanje posameznikovega mnenja.

Druga izbrana hipoteza se nanaša na mnenjske trende kot interakcijo med lastnimi opredelitvami in pričakovanji okolja, kot jih opredeljujeta Petrič in Pinter (2002, 40). Skladnost lastnega mnenja z mnenjskimi trendi nakaže negativen vpliv predvidenega oblikovanja mnenja na pripravljenost za izražanje mnenja. Analize v pričujoči raziskavi zavračajo vpliv mnenjskih trendov na namere posameznika za izražanje mnenja, čeprav Noelle-Neumann (v Petrič 2002, 39) imenuje pričakovanje možnosti uspeha z lastnim mnenjem v prihodnosti kot enega temeljev realizacije spirale molka. Podobno tudi Petrič in Pinter (2002, 48) v svoji raziskavi odkrivata problematičnost ocene vpliva mnenjskih trendov, čemur pritrjujeta tudi Liu in Fahmy v spletnem okolju.

V tretji hipotezi sem preverjala vpliv občutka politične učinkovitosti na pripravljenost za izražanje mnenja, četudi bi morda občutek politične neučinkovitosti zadržal posameznike pred izražanjem mnenja, predvsem v okolju spletne skupnosti Facebook, kjer se je vrednost komunikacije v slovenskem prostoru pogosto izkazala za majhno. Intuitivno se izpostavlja razmislek, da uporabniki Facebooka ne izražajo mnenja, saj ima le-to premajhno politično težo. Izdelana raziskava je tako občutku politične učinkovitosti pripisala le zelo nizko mero vpliva na pripravljenost za izražanje mnenja in tezo je potrebno ovreči, četudi jo Liu in Fahmy (2009) v svojih analizah potrjujeta.

Občutek pripadnosti, ki opredeljuje četrto hipotezo, se nanaša na skupinsko identiteto, ki jo opredeljujejo skupna kultura, norme, sankcije in recipročni odnosi (Papadakis, 2003, 5). Kot prej omenjeno, je kohezivnost skupine FB prijateljev relativno nizka, saj

posameznikovo omrežje sestavljajo tudi bežni znanci, s katerimi uporabnik pogosto niti ne vzpostavi komunikacije. Izdelana analiza je sicer nakazala pomen, ki ga uporabniki pripisujejo članstvu v omrežju Facebook in osebno poznavanje svojih FB prijateljev, ki je relativno visoko, a vsemu navkljub pripadnost skupini le slabo opredeljuje pripravljenost na izražanje mnenja, zato tudi slednjo tezo prikazani rezultati zavračajo.

Noelle-Neumann (1993) imenuje strah pred izolacijo kot gonilno silo spirale molka. Primerljivo z ugotovitvami raziskave Petriča in Pinterja (2002) strah pred družbeno izolacijo vpliva z zelo šibko negativno vrednostjo, vendar hipoteze ne gre potrditi zaradi statistično neznačilne vrednosti vpliva. Na ravni konkretnega vzorca sicer lahko govorimo, da nižja stopnja strahu pred izolacijo krepi dejansko izražanje mnenja v spletni komunikaciji, temu pa pritrjujejo številni drugi avtorji, ki so opravljali analize teorije spirale molka (Petrič in Pinter 2002, 49). Zaradi izhodiščno šibkejše opredelitve strahu pred izolacijo znotraj teorije gre morda del neuspeha hipoteze pripisati tudi slabšemu merskemu inštrumentu. Poleg tega bi bilo vredno razmisliti, če bi tematika z močnejšo moralno noto v večji meri spodbudila strah pred izolacijo. Petrič in Pinter (2002, 45) navajata glede strahu pred izolacijo uspešnejši primer odnosa do smrtne kazni. Pri samih opisnih statistikah izdelane raziskave (glej prilogo B) je opaziti tudi indikativno nizko stopnjo občutenega strahu pred izolacijo med anketiranimi. Le- ta pa je lahko tudi posledica anonimnega spletnega vmesnika, kjer je strah pred izolacijo vseeno manj prisoten, kot se izkaže v raziskavah v t.i. offline situacijah (Liu in Fahmy 2009, 21). Donsbach in Stevenson (v Petrič in Pinter 2002, 39) tako teorijo spirale molka izpostavljata kot verigo procesov, ki jih sproži prav strah pred izolacijo in nato vodi do možnosti izražanja javnega mnenja. Tudi avtorja Petrič in Pinter (ibid. 40) postavljata strah pred izolacijo za ključni element razumevanja javnega mnenja kot družbene kontrole.

Marx (2004, 148) opredeljuje anonimnost kot ključno prednost za omogočanje pretoka informacij in komunikacije glede javnih zadev. Vendar se tokrat vpliv neprepoznavnosti ni izkazal kot točka vpliva na dejansko izražanje mnenja na spletu. Kot relevanten dejavnik lahko privzamemo tudi visoko stopnjo prepoznavnosti v spletnem omrežju Facebook, kjer uporabniki pogosto posredujejo več osebnih podatkov; najpogosteje so člani FB prepoznavni po imenu, priimku, razkrivajoči profilni sliki in tudi ostalih podatkih.



Anonimnost znotraj računalniško posredovane komunikacije vpliva na odprtost/zaprtoost debate in pogosto tudi na ton razprave. Učinek anonimnosti na dejansko izražanje mnenja sem potrdila tudi z lastno raziskavo. Statistično značilni rezultati namreč potrjujejo, da anonimnost omogoča izražanje občutkov, ki jih drugače morda ne bi in tako krepi dejansko izražanje mnenja v virtualnem okolju.

Predpogoj izražanja mnenja je v besedah Noelle-Neumann (1993) "pripravljenost za izražanje mnenja", kar izrazimo kot pripravljenost izraziti lastno mnenje v okolju, kjer bi bilo to mnenje v manjšini. Osmo hipotezo preverja, ali pripravljenost za izražanje mnenja poveča dejansko izražanje. Pričujoča raziskava v tej točki označuje rahel zasuk od prevladujoče teze, da je pot od namere do dejanskega izražanja mnenja zaradi družbenih okoliščin in individualnih dispozicij polna preprek (Petrič 2002, 142). Očitno je, da so ovire izražanja mnenja na spletu bolj obvladljive in uporabniki svoje namere v okolju Facebooka lažje realizirajo. A ne gre pozabiti, da je delež izražanja mnenja precej nizek, kar sama v največji meri pojasnujem s stopnjo vključenosti v temo oziroma seznanjenostjo z le-to, čemur pritrjujejo tudi številni drugi avtorji (npr. Salmon in Kline v Petrič 2002, 142). Tudi Scheufele (2007, 180) opozarja, da bo posameznik svoje mnenje verjetneje izrazil, če je vezan na temo. Prav tako naj omenim, da sem pri merjenju izražanja mnenja uporabila različne platforme, kjer vsi posamezniki morda niso vključeni, nimajo dostopa, oziroma jih preprosto ne obiskujejo in tam ne izražajo mnenja.

Zanimivim rezultatom navkljub velja omeniti še nekaj predlogov nadaljevanja in izboljšav te naloge: sprva se zdi problematično pomanjkanje izražanja mnenja med respondenti, zaradi česar so rezultati dejanskega izražanja mnenja izredno asimetrični. Pomanjkljivost raziskave je lahko tudi v omejitvi na FB uporabnike, pri čemer gre za neverjetnostni vzorec in morda bi bili zanimivi rezultati umestitve raziskave v okolje oseb, ki sodelujejo v spletnih forumih. Znotraj slednjih se mestoma razvije debata o aktualnih političnih zadevah, ki se zdi v primerjavi s sodelovanjem na Facebooku bolj poglobljena. Vseeno velja uporabo okolja Facebook obraniti z visoko stopnjo pogoste rabe socialnih omrežij, v največji meri Facebooka, kar potrjuje raziskava RIS (Spletne skupnosti 2010) in zato sem izbrano skupino raziskovala v okolju, ki je bilo anketirani skupini najbližje.

Lastna raziskava pojava v spletnem okolju me je pripeljala do naslednjega premisleka: izpostavlja se logičen zaključek, da na samo izražanje mnenja na spletu vpliva še veliko drugih dejavnikov, ki pa v teorijo spirale molka niso vključeni. Ne nazadnje se lahko kot omejitvev izkaže tudi raziskovalno okolje malega dela, ki morda vseeno ne aktivira mlajše populacije v zadostni meri. Prav tako bi se veljalo tudi bolje posvetiti oblikovanju indikatorjev za meri strahu pred izolacijo in pripadnosti skupini, ki bi bolje zajeli realnost izbranega Facebook okolja. S pričujočo nalogo sem skušala narediti čim bolj informativen vpogled v tematiko, ki pa nedvomno skriva še veliko več.

Če se v zaključku spomnimo ponovno raven e-demokracije kot participacije v oblikovanju mnenja v novih prostorih informiranja in deliberacije z dejanskim izražanjem mnenja, se je za izbrani primer izkazalo, da je komunikacija o aktualnih političnih zadevah precej redka in površinska (npr. 'lajkanje' strani, zgolj včlanjenje v skupine), zato ocenjujem, da je v prostoru spletnih skupnosti še precej prostora za razvoj in natančnejše raziskave politične participacije v spletnem okolju.

Teorija spirale molka zanemara številne vidike dinamike skupinske komunikacije, saj ne upošteva razlogov začetka javne diskusije, organizacije posameznikov in vloge skupinskih odločitvenih procesov, ugotavlja Petrič (2002, 133). Vprašanje, s katerim se teorija spirale molka in s tem pričujoča naloga sicer ne ukvarja, je pa vse bolj aktualno in zanimivo, je torej teža izraženih mnenj v spletni komunikaciji. V luči dogodkov v času zaključevanja diplomskega dela – odstop predsednika Egipta Mubaraka zaradi protestov, protesti v širši regiji Severne Afrike in Bližnjega vzhoda ter ne nazadnje protesti v sosednji Hrvaški. V okoljih represivnih režimov in nadzorovanih medijev komunikacija in gibanja organizirana s pomočjo novih medijev pridobivajo vse večjo težo v aktualnem političnem dogajanju, četudi gre vedno znova poudariti, da družbena omrežja ostajajo del družbe, v kateri se uporabljajo, so pa, če se ustvari kritična masa, lahko učinkovita platforma, kjer se predvsem mladi lahko združujejo za morebitne družbene spremembe. Novi družbeni premiki pogosto slonijo na komunikaciji znotraj spletnih skupnosti – Facebook, Twitter, Youtube in drugih in zato se mi zdi vse bolj vredno raziskati prav ozadje začetka javne diskusije na spletu in tudi vzroke njenih neenakih družbenih posledic.

## 10 LITERATURA

- Albrecht, Steffen. 2003. *Whose Voice is Heard in the Virtual Public Sphere? A Study of Participation and Representation in Online Deliberation*. Dostopno prek: [http://www.tu-harburg.de/tbg/Deutsch/Mitarbeiterinnen/Steffen/paper/ics\\_2003.pdf](http://www.tu-harburg.de/tbg/Deutsch/Mitarbeiterinnen/Steffen/paper/ics_2003.pdf) (26. avgust 2010).
- Anduiza, Eva, Aina Gallego, Marta Cantijoch in Josep San Martin. 2008. *Online Resources, Political Participation and Equality*. Dostopno prek: [www.allacademic.com/.../p280161\\_index.html](http://www.allacademic.com/.../p280161_index.html) (3. september 2010).
- Blanchard, Anita L. 2007. Developing a Sense of Virtual Community Measure. *Cyber Psychology & Behavior* 10 (6): 827-830.
- Ferligoj, Anuška. 2007. *Faktorska analiza*. Dostopno prek: <http://vlado.fmf.uni-lj.si/vlado/podstat/Mva/FA.pdf> (24. januar 2011).
- Finkel, Steven. 1985. Reciprocal Effects of Participation and Political Efficacy: A Panel Analysis. *American Journal of Political Science* 29 (4): 891-913.
- Hayes, Andrew F., James Shanahan in Carroll J. Glynn. 2001. Willingness to Express one's Opinion in a Realistic Situation as a Function of Perceived Support for That Opinion. *International Journal of Public Opinion Research* 13 (1): 45-58.
- Ho, Shirley S. in Douglas M. McLeod. 2008. Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication. *Communication Research* 35 (2): 190-207.
- Kenski, Kate in Natalie Jomili Stroud. 2006. Connections between Internet Use, Political Efficacy, Knowledge and Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Dostopno prek: [www.allacademic.com/meta/p113233\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p113233_index.html) (13. februar 2011).
- Liu, Xudong. in Shahira Fahmy. 2009. *Testing the Spiral of Silence in the Virtual World: Monitoring Opinion-Climate Online and Individuals' Willingness to Express Personal Opinions in Online Versus Offline Settings*. Dostopno prek: [http://www.allacademic.com/meta/p297660\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p297660_index.html) (13. avgust 2010).
- Marx, Gary T. 2004. Internet Anonymity as a Reflection of Broader Issues Involving Technology and Society. *Asia-Pacific Review* 11 (1): 142-166.
- McMillan, D.W. in D.M. Chavis. 1986. Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology* 14 (1): 6-23.
- Min, Seong-Jae. 2007. Online Vs. Face-to-Face Deliberation: Effects on Civic Engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4). Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/min.html> (2. september 2010).
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1993. *The Spiral of Silence: Public Opinion - Our Social Skin*. 2nd edition. Chicago: University of Chicago.

- Oblak, Tanja. 2002a. Internet kot nov dejavnik družbenega razlikovanja? *Družboslovne razprave* 18 (40): 107-119.
- --- 2002b. Dialogue and representation: Communication in the public sphere. *Javnost - The Public* 9 (2): 7-22.
- --- 2003. Ali kaj e-participirate? V *S poti v digitalno demokracijo*, ur. Andrej Lukšič in Tanja Oblak, 51-65. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Papacharissi, Zizi. 2004. Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New media & society* 6 (2): 259-283.
- Papadakis, Maria. 2003. *People Can Create a Sense of Community in Cyberspace*. Dostopno prek: [http://www.sri.eu/policy/csted/reports/sandt/it/Papadakis\\_IT\\_virtual\\_communities\\_issue\\_brief.pdf](http://www.sri.eu/policy/csted/reports/sandt/it/Papadakis_IT_virtual_communities_issue_brief.pdf). (24. november 2010).
- Petrič, Gregor. 2002. Od spirale do molka: Empirična tradicija raziskovanja spirale molka. *Družboslovne razprave* XVIII (41): 131-149.
- --- in Andrej Pinter. 2002. From Social Perception to Public Expression of Opinion: A Structural Equation Modelling Approach to the Spiral of Silence. *International Journal of Public Opinion Research* 14 (1): 37-53.
- Polat, Rabia Karakaya. 2005. The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links. *European Journal of Communication* 20 (4): 435-459.
- Praprotnik, Tadej. 2003. *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: ISH.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading: Addison-Wesley Publishing Company. Dostopno prek: Google Books.
- RIS-Raba interneta v Sloveniji. 2009. *Uporaba interneta – primerjava RIS-SURS 2008*. Dostopno prek: <http://www.ris.org/uploadi/editor/1237816487rissurs23.3.pdf> (29. september 2010).
- --- 2010. *Spletne skupnosti*. Dostopno prek: [http://www.ris.org/uploadi/editor/1284569149RIS\\_spletne\\_skupnosti\\_september\\_2010\\_AP.pdf](http://www.ris.org/uploadi/editor/1284569149RIS_spletne_skupnosti_september_2010_AP.pdf) (7. oktober 2010).
- Scheufele, Dietram A. 2007. Spiral of Silence Theory. V *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*, ur. Wolfgang Donsbach in Michael W. Traugott, 175-183. London: Sage Publications Ltd.
- --- in Patricia Moy. 2000. Twenty-five years of the spiral of silence: a conceptual review and empirical outlook. *International Journal of Public Opinion Research* 12 (1): 3-28.
- Schmitt, Neal. 1996. Uses and Abuses of Coefficient Alpha. *Psychological Assessment* 8 (4): 350-353.
- Sijtsma, Klaas. 2009. On the Use, the Misuse, and the Very Limited Usefulness of Cronbach's Alpha. *Psychometrika* 74 (1): 107-120.

- Spears, Russel, Martin Lea, Rolf Arne Corneliussen, Tom Postmes in Wouter Ter Haar. 2002. Computer-Mediated Communication as a Channel for Social Resistance: The Strategic Side of SIDE. *Small Group Research* 33 (5): 555-574.
- Splichal, Slavko. 2004. Vidnost in moč v javnem mnenju. *Javnost* 11: 513-528.
- Statistični urad Republike Slovenije. 2009a. *Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija*. Dostopno prek: [http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=2670](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2670) (9. december 2010).
- --- 2009b. *Mladi v Sloveniji*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/pub/mladi2009-SLO.pdf> (13. februar 2011).
- Trechsel, Alexander H., Raphael Kies, Fernando Mendez in Phillipe C. Schmitter. 2003. *Evaluation of the use of new technologies in order to facilitate democracy in Europe: e-democratizing the parliaments and parties of Europe*. Dostopno prek: [www.erepresentative.org/.../6\\_Main\\_Report\\_eDemocracy-inEurope-2004.pdf](http://www.erepresentative.org/.../6_Main_Report_eDemocracy-inEurope-2004.pdf) (20. avgust 2010).
- Ule, Mirjana. 2002. Od stališč k socialnim reprezentacijam: sodobni socialnopsihološki pristopi k javnemu mnenju. *Družboslovne razprave* XVIII (41): 11-31.
- *Ustava Republike Slovenije*. 1991. Dostopno prek: <http://www.dz-rs.si/?id=150&docid=27&showdoc=1> (8. november 2010).
- Wyatt, Robert, Elihu Katz, Hanna Levinsohn in Majid Al-Haj. 1996. The Dimensions of Expression Inhibition: Perceptions of Obstacles to Free Speech in Three Cultures. *International Journal of Public Opinion Research* 8 (3): 229-247.

## 11 PRILOGE

### Priloga A: Anketni vprašalnik

Spoštovani,

sem študentka Družboslovne informatike Fakultete za družbene vede in v svoji diplomski nalogi želim raziskati dejavnike izražanja mnenja na spletu. Pred vami je kratka anketa, katere izpolnjevanje vzame le nekaj minut. Z vašim sodelovanjem boste bistveno pripomogli k ustvarjanju mojega diplomskega dela in k osvetlitvi področja političnega udejstvovanja mladih pri nas. Anketa je anonimna, zato vas prosim, da svoje odgovore podate iskreno

Za vaše sodelovanje se vam iskreno zahvaljujem.

Ali ste član spletnega omrežja Facebook?

- Da  
 Ne

Kako pogosto urejate (spreminjanje osebnih podatkov, statusne vrstice, potrjevanje prijateljev, uporaba Facebook aplikacij) svoj osebni profil na Facebooku ?

- Ustvaril/a sem si profil, vendar ga ne urejam.  
 vsakih nekaj tednov  
 1-2 dneva na teden  
 3-5 dni na teden  
 skoraj vsak dan ali vsak dan  
 večkrat na dan

Nadaljevanje vprašalnika se bo nanašalo na izražanje mnenja o problematiki študentskega dela oziroma sprejetju zakona o malem delu. Zato me najprej zanima vaše mnenje o sprejetju zakona o malem delu?

|  | Sploh se ne<br>strinjam | Se ne<br>strinjam     | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se<br>strinjam | Nisem<br>seznanjen/a z<br>zakonom o<br>malem delu |
|--|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|
| V kolikšni meri se strinjate s sprejetjem zakona o malem delu? | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                             |

Ali ste v zadnjih 12 mesecih izrazili svoje mnenje zakonu o malem delu na katerega od spodnjih načinov?

|   | Ne                    | Da, enkrat            | Da, večkrat           | Storitve ne<br>uporabljam |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| V neposrednem sporočanju (MSN, Gtalk, Yahoo Messenger)  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| V spletnih klepetalnicah (IRC)  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| Na spletnih mestih množičnih medijev – komentiranje novic                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| S pisanjem na spletnem forumu (npr. rtvslo, siol,...)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| S pisanjem prispevkov na lastnem blogu  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| S komentiranjem novic na tujih blogih   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| S sodelovanjem na Facebooku (FB) - komentiranje na statuse, na zid profilov oseb              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| S sodelovanjem na Facebooku (FB) – 'lajkanje' strani na temo malega dela                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |
| Sodelovanje ali podpora FB skupini, ki je namenjena informacijam in komunikaciji o malem delu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     |

Prosim, zamislite si naslednjo situacijo: vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetje Zakona o malem delu zavračajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje:

- Zagotovo ne  
 Verjetno ne  
 Verjetno da  
 Zagotovo da

Prosim, zamislite si naslednjo situacijo: vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetja Zakona o malem delu podpirajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje:

- Zagotovo ne  
 Verjetno ne  
 Verjetno da  
 Zagotovo da

V nadaljevanju vas prosim za odgovore glede udejestvovanja na temo zakona o malem delu na Facebooku.

|  | Sploh se ne strinjam  | Se ne strinjam        | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se strinjam    |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Mojih FB prijateljev ne zanima zakon o malem delu (o tem ne govorijo, ne vstopajo v skupine povezane s tem, ne "like-ajo" iniciativ za ali proti,...). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Občutek imam, da je večina mojih FB prijateljev proti sprejetju zakona o malem delu.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pričakujem, da bo v prihodnosti vse več mojih FB prijateljev podpiralo sprejetje zakona o malem delu.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Občutek imam, da je večina v Sloveniji naklonjenih sprejetju Zakona o malem delu.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Na Facebooku se s prijatelji pogovarjam o aktualnih političnih zadevah.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Naslednje trditve se nanašajo na odnose z vašimi Facebook prijatelji. V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami:

|  | Sploh se ne strinjam  | Se ne strinjam        | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se strinjam    |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pomembno mi je, da sem član Facebooka.                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Osebnostno poznam vse svoje FB prijatelje.                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Lahko predvidevam, kako se bodo moji FB prijatelji odzvali na nekatere teme. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ni mi pomembno, kaj o mojih dejanjih na Facebooku menijo moji FB prijatelji. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Od svojih FB prijateljev navadno dobim odgovor na svoja vprašanja.           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| FB prijateljem pogosto pomagam z nasvetom.                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Večinoma so člani mojega FB omrežja resnično moji prijatelji.                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nekateri člani mojega omrežja so med seboj prijatelji.                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| S članstvom na Facebooku nisem pridobil/a ničesar.                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pričakujem, da bom še dolgo član Facebooka.                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Ali v socialnem omrežju Facebook vaši FB prijatelji lahko dostopajo do naslednjih (resničnih) podatkov o vas:

|                                    | Da                    | Da, vendar le nekateri | Ne, to informacijo skrivam | Ne, te informacije ne nudim | Ne vem                |
|------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Ime in priimek                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |
| Kraj bivanja                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |
| Izobrazba                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |
| Zaposlitev                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |
| Strani, ki so vam všeč             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |
| Skupine, katerim ste se pridružili | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> |

Ocenite, kako se strinjate z naslednjimi trditvami glede izražanja mnenja na Facebooku:

|  | Sploh se ne strinjam  | Se ne strinjam        | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se strinjam    |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Člani FB se počutijo lagodno, ko se z vsemi sogovorniki osebno ne poznajo (na primer v FB skupinah). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Člani FB se počutijo varno, četudi ostali člani poznajo njihovo pravo identiteto.                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Komuniciranje preko FB članom omogoča, da izrazijo občutke, ki jih drugače ne bi.                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Komuniciranje preko FB članom omogoča, da so do sogovornikov bolj sovražni, kot bi bili v realnosti. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

V nadaljevanju vas prosim še za nekaj odgovorov glede vašega odnosa do političnega življenja in izražanja mnenja.

|   | Sploh se ne strinjam  | Se ne strinjam        | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se strinjam    |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Aktualno politično dogajanje me ne zanima.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ljudje, kot sem jaz, nimajo nobenega vpliva na odločitve vlade.                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Le z volitvami lahko nekoliko vplivamo na odločitve vlade.                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Včasih se mi zdi, da sta politika in vladanje človeku, kot sem jaz, popolnoma nerazumljiva. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Menim, da vlade ne zanima, kaj o aktualnih problemih mislijo ljudje, kot sem jaz.           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Menim, da stranke zanimajo le volilni glasovi, ne pa tudi mnenja ljudi.                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Politiki, ki smo jih izvolili v Državni zbor, večinoma hitro izgubijo stik z ljudstvom.     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



**Prosim odgovorite še na zadnji sklop vprašanj:**

|  | Sploh se ne<br>strinjam | Se ne strinjam        | Niti niti             | Se strinjam           | Povsem se<br>strinjam |
|--|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Skrbi me, kaj si drugi mislijo o meni.   | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pri spoznavanju novih ljudi mi je večkrat neprijetno.                          | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Izogibam se družabnim srečanjem.   | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Skrbi me, da me bodo ljudje izločili, če se ne bodo strinjali z mojim mnenjem. | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uživam v debati o kontroverznih temah.   | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Prepirom se običajno skušam izogniti.  | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Na koncu vas prosim le še za nekaj demografskih vprašanj.

**Vaš spol:**

- Moški  
 Ženski

**Vpišite svojo letnico rojstva (npr. 1984):**

**Vaš status:**

- Osnovnošolec/osnovnošolka  
 Dijak/inja  
 Študent/ka  
 Nezaposlen/a  
 Zaposlen/a ali samozaposlen/a  
 Drugo:

**Vaša zadnja pridobljena izobrazba**

- Nedokončana osnovna šola  
 Dokončana osnovna šola  
 2/3-letna poklicna šola  
 4-letna srednja šola  
 Gimnazija  
 Višja strokovna šola  
 Visoka šola  
 Fakulteta  
 Magisterij, doktorat

**Vaša fakulteta:**

**Letnik študija:**

1. letnik  
 2. letnik  
 3. letnik  
 4. letnik  
 5. letnik  
 6. letnik  
 Absolventski staž  
 Podiplomski študij

## Priloga B: Opisne statistike spremenljivk

Tabela B1: Opisne statistike spremenljivk.

|  | N   | Min. | Max. | Povp. | St. odklon |
|--|-----|------|------|-------|------------|
| Ali ste član spletnega omrežja Facebook?   | 190 | 1    | 1    | 1,00  | 0,00       |
| Kako pogosto urejate (spreminjanje osebnih podatkov, statusne vrstice, potrjevanje prijateljev, uporaba Facebook aplikacij) svoj osebni profil na Facebooku ?  | 190 | 1    | 6    | 3,43  | 1,51       |
| V kolikšni meri se strinjate s sprejetjem zakona o malem delu?   | 183 | 1    | 5    | 2,98  | 1,14       |
| V neposrednem sporočanju (MSN, Gtalk, Yahoo Messenger)   | 189 | 1    | 3    | 1,28  | 0,66       |
| V spletnih klepetalnicah (IRC)   | 189 | 1    | 3    | 1,04  | 0,24       |
| Na spletnih mestih množičnih medijev – komentiranje novic  | 189 | 1    | 3    | 1,13  | 0,44       |
| S pisanjem na spletnem forumu (npr. rtvslo, siol,...)  | 189 | 1    | 3    | 1,11  | 0,40       |
| S pisanjem prispevkov na lastnem blogu   | 188 | 1    | 3    | 1,03  | 0,20       |
| S komentiranjem novic na tujih blogih  | 188 | 1    | 3    | 1,07  | 0,34       |
| S sodelovanjem na Facebooku (FB) - komentiranje na statuse, na zid profilov oseb   | 189 | 1    | 3    | 1,35  | 0,69       |
| S sodelovanjem na Facebooku (FB) – 'lajkanje' strani na temo malega dela   | 189 | 1    | 3    | 1,40  | 0,74       |
| Sodelovanje ali podpora FB skupini, ki je namenjena informacijam in komunikaciji o malem delu  | 190 | 1    | 3    | 1,34  | 0,64       |
| Vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetje Zakon o malem delu zavračajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje?  | 188 | 1    | 4    | 2,19  | 0,80       |
| Prosim, zamislite si naslednjo situacijo: vaš Facebook prijatelj objavi povezavo na novico o peticiji za referendum proti sprejetju Zakona o malem delu. Za objavo se zvrsti več komentarjev, ki sprejetje Zakona o malem delu podpirajo. Ocenite, kako verjetno bi s komentarjem izrazili svoje mnenje? | 189 | 1    | 4    | 2,15  | 0,80       |
| Mojih FB prijateljev ne zanima zakon o malem delu (o tem ne govorijo, ne vstopajo v skupine povezane s tem, ne "like-ajo" iniciativ za ali proti,...).   | 188 | 1    | 5    | 2,77  | 1,05       |
| Občutek imam, da je večina mojih FB prijateljev proti sprejetju Zakona o malem delu.   | 189 | 1    | 5    | 3,34  | 0,91       |
| Pričakujem, da bo v prihodnosti vse več mojih FB prijateljev podpiralo Zakon o malem delu.   | 189 | 1    | 5    | 2,69  | 0,96       |
| Občutek imam, da je večina v Sloveniji naklonjenih sprejetju Zakona o malem delu.  | 190 | 1    | 5    | 2,52  | 0,91       |
| Na Facebooku se s prijatelji pogovarjam o aktualnih političnih zadevah.  | 189 | 1    | 5    | 2,03  | 1,10       |
| Pomembno mi je, da sem član Facebooka.   | 190 | 1    | 5    | 3,05  | 1,00       |
| Osebno poznam vse svoje FB prijatelje.   | 189 | 1    | 5    | 3,68  | 1,09       |
| Lahko predvidevam, kako se bodo moji FB prijatelji odzvali na nekatere teme.   | 190 | 1    | 5    | 3,71  | 0,81       |
| Ni mi pomembno, kaj o mojih dejanjih na Facebooku menijo moji FB prijatelji.   | 190 | 1    | 5    | 2,95  | 1,10       |
| Od svojih FB prijateljev navadno dobim odgovor na svoja vprašanja.   | 189 | 1    | 5    | 3,77  | 0,72       |
| FB prijateljem pogosto pomagam z nasvetom.   | 189 | 1    | 5    | 3,15  | 0,83       |

|  |     |      |      |      |       |
|--|-----|------|------|------|-------|
| Večinoma so člani mojega FB omrežja resnično moji prijatelji.  | 189 | 1    | 5    | 3,56 | 0,99  |
| Nekateri člani mojega omrežja so med seboj prijatelji.   | 190 | 1    | 5    | 4,37 | 0,63  |
| S članstvom na Facebooku nisem pridobil/a ničesar.   | 190 | 1    | 5    | 3,24 | 1,07  |
| Pričakujem, da bom še dolgo član Facebooka.  | 190 | 1    | 5    | 3,61 | 0,81  |
| Ime in priimek   | 189 | 1    | 4    | 1,24 | 0,70  |
| Kraj bivanja   | 187 | 1    | 4    | 2,19 | 1,35  |
| Izobrazba  | 186 | 1    | 4    | 2,47 | 1,37  |
| Zaposlitev   | 187 | 1    | 4    | 3,01 | 1,31  |
| Strani, ki so vam všeč   | 188 | 1    | 4    | 1,50 | 0,81  |
| Skupine, katerim ste se pridružili   | 185 | 1    | 4    | 1,48 | 0,77  |
| Člani FB se počutijo lagodno, ko se z vsemi sogovorniki osebno ne poznajo (na primer v FB skupinah). | 188 | 1    | 5    | 3,12 | 0,91  |
| Člani FB se počutijo varno, četudi ostali člani poznajo njihovo pravo identiteto.                    | 188 | 1    | 5    | 2,59 | 0,88  |
| Komuniciranje preko FB članom omogoča, da izrazijo občutke, ki jih drugače ne bi.                    | 190 | 1    | 5    | 3,33 | 1,02  |
| Komuniciranje preko FB članom omogoča, da so do sogovornikov bolj sovražni, kot bi bili v realnosti. | 188 | 1    | 5    | 3,14 | 1,06  |
| Aktualno politično dogajanje me ne zanima.   | 189 | 1    | 5    | 3,57 | 1,07  |
| Ljudje, kot sem jaz, nimajo nobenega vpliva na odločitve vlade.                                      | 189 | 1    | 5    | 3,29 | 1,14  |
| Le z volitvami lahko nekoliko vplivamo na odločitve vlade.   | 189 | 1    | 5    | 3,07 | 1,09  |
| Včasih se mi zdi, da sta politika in vladanje človeku, kot sem jaz, popolnoma nerazumljiva.          | 188 | 1    | 5    | 2,92 | 1,20  |
| Menim, da vlade ne zanima, kaj o aktualnih problemih mislijo ljudje, kot sem jaz.                    | 189 | 1    | 5    | 2,52 | 1,03  |
| Menim, da stranke zanimajo le volilni glasovi, ne pa tudi mnenja ljudi.                              | 187 | 1    | 5    | 2,21 | 0,90  |
| Politiki, ki smo jih izvolili v Državni zbor, večinoma hitro izgubijo stik z ljudstvom.              | 188 | 1    | 5    | 3,86 | 0,78  |
| Skrbi me, kaj si drugi mislijo o meni.   | 190 | 1    | 5    | 2,67 | 1,07  |
| Pri spoznavanju novih ljudi mi je večkrat neprijetno.  | 189 | 1    | 5    | 2,21 | 0,94  |
| Izogibam se družabnim srečanjem.   | 189 | 1    | 5    | 1,74 | 0,77  |
| Skrbi me, da me bodo ljudje izločili, če se ne bodo strinjali z mojim mnenjem.                       | 190 | 1    | 5    | 1,95 | 0,881 |
| Uživam v debati o kontroverznih temah.   | 188 | 1    | 5    | 2,41 | 0,95  |
| Prepirom se običajno skušam izogniti.  | 189 | 1    | 5    | 3,52 | 0,94  |
| Vaš spol:  | 190 | 1    | 2    | 1,67 | 0,47  |
| Vpišite svojo letnico rojstva  | 190 | 1981 | 1996 | 1986 | 2,42  |
| Vaš status:  | 188 | 2    | 6    | 3,48 | 0,91  |
| Vaša zadnja pridobljena izobrazba  | 189 | 2    | 9    | 5,83 | 1,65  |
| Letnik študija:  | 130 | 1    | 8    | 5,22 | 2,51  |

## Priloga C: Izpisi regresijskih koeficientov

### a) Model 1

**Tabela C1:** Determinacijski koeficient - Model 1.

| Model | R                  | R kvadrat | Popravljeni R kvadrat | St. napaka cenilke |
|-------|--------------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| 1     | 0,251 <sup>a</sup> | 0,063     | 0,035                 | 0,74903            |

**Tabela C2:** Prileganje modela podatkom (Anova) - Model 1.

| Model |           | Vsota kvadratov | Prostostne stopnje | Povprečje kvadratov | F     | Statistična značilnost |
|-------|-----------|-----------------|--------------------|---------------------|-------|------------------------|
| 1     | Regresija | 6,274           | 5                  | 1,255               | 2,236 | 0,053 <sup>a</sup>     |
|       | Reziduali | 93,694          | 167                | 0,561               |       |                        |
|       | Skupaj    | 99,968          | 172                |                     |       |                        |

**Tabela C3:** Preglednica regresijskih koeficientov – Model 1.

| Model |                                | Nestandardizirani koeficienti |             | Standardizirani koeficienti | t      | Statistična značilnost |
|-------|--------------------------------|-------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------------------------|
|       |                                | B                             | Std. Napaka | Beta                        |        |                        |
| 1     | (Konstanta)                    | 1,874                         | 0,407       |                             | 4,609  | 0,000                  |
|       | PU                             | 0,019                         | 0,081       | 0,018                       | 0,235  | 0,815                  |
|       | Skladnost z referenčno skupino | -0,013                        | 0,074       | -0,014                      | -0,171 | 0,864                  |
|       | Skladnost z javnim mnenjem     | 0,236                         | 0,077       | 0,259                       | 3,084  | 0,002                  |
|       | Skladnost z mnenjskimi trendi  | -0,086                        | 0,073       | -0,097                      | -1,182 | 0,239                  |
|       | Občutek pripadnosti skupini    | 0,026                         | 0,101       | 0,020                       | 0,259  | 0,796                  |

### b) Model 2

**Tabela C4:** Determinacijski koeficient – Model 2.

| Model | R                  | R kvadrat | Popravljeni R kvadrat | St. napaka cenilke |
|-------|--------------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| 1     | 0,162 <sup>a</sup> | 0,026     | 0,009                 | 1,89353            |

**Tabela C5:** Prileganje modela podatkom (Anova) – Model 2.

| Model |           | Vsota kvadratov | Prostostne stopnje | Povprečje kvadratov | F     | Statistična značilnost |
|-------|-----------|-----------------|--------------------|---------------------|-------|------------------------|
| 1     | Regresija | 16,431          | 3                  | 5,477               | 1,528 | 0,209 <sup>a</sup>     |
|       | Reziduali | 609,528         | 170                | 3,585               |       |                        |
|       | Skupaj    | 625,960         | 173                |                     |       |                        |

**Tabela C6:** Preglednica regresijskih koeficientov - Model 2.

| Model |                      | Nestandardizirani koeficienti |             | Standardizirani koeficienti | t      | Statistična značilnost |
|-------|----------------------|-------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------------------------|
|       |                      | B                             | Std. napaka | Beta                        |        |                        |
| 1     | (Konstanta)          | -0,409                        | 0,906       |                             | -0,451 | 0,653                  |
|       | Učinek anonimnosti   | 0,453                         | 0,217       | 0,160                       | 2,089  | 0,038                  |
|       | Neprepoznavnost      | 0,122                         | 0,213       | 0,044                       | 0,573  | 0,568                  |
|       | Strah pred izolacijo | -0,047                        | 0,220       | -0,016                      | -0,213 | 0,832                  |

c) Model 3

**Tabela C7:** Determinacijski koeficient – Model 3.

| Model | R                  | R kvadrat | Popravljeni R kvadrat | St. napaka cenilke |
|-------|--------------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| 1     | 0,503 <sup>a</sup> | 0,253     | 0,249                 | 1,62043            |

**Tabela C8:** Prileganje modela podatkom (Anova)– Model 3.

| Model |           | Vsota kvadratov | Prostostne stopnje | Povprečje kvadratov | F      | Statistična značilnost |
|-------|-----------|-----------------|--------------------|---------------------|--------|------------------------|
| 1     | Regresija | 161,845         | 1                  | 161,845             | 61,636 | 0,000 <sup>a</sup>     |
|       | Reziduali | 477,895         | 182                | 2,626               |        |                        |
|       | Skupaj    | 639,739         | 183                |                     |        |                        |

**Tabela C9:** Preglednica regresijskih koeficientov – Model 3.

| Model |                                    | Nestandardizirani koeficienti |             | Standardizirani koeficienti | t      | Statistična značilnost |
|-------|------------------------------------|-------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------------------------|
|       |                                    | B                             | Std. napaka | Beta                        |        |                        |
| 1     | (Konstanta)                        | -1,547                        | 0,364       |                             | -4,250 | 0,000                  |
|       | Pripravljenost za izražanje mnenja | 1,246                         | 0,159       | 0,503                       | 7,851  | 0,000                  |