

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Darja Vogelnik

Socialni kapital v spletnih socialnih omrežjih

(Primer spletnega socialnega omrežja Facebook)

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Darja Vogelnik

Mentor: doc. dr. Gregor Petrič

Socialni kapital v spletnih socialnih omrežjih
(Primer spletnega socialnega omrežja Facebook)

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju dr. Gregorju Petriču za strokovno pomoč.

*Zahvaljujem se vsem, ki so me spodbujali in verjeli vame,
še posebej družini, ki je moja luč v temnih študijskih nočeh.*

Zahvaljujem se tudi vsem sodelujočim v raziskavi.

Socialni kapital v spletnih socialnih omrežjih (Primer spletnega socialnega omrežja Facebook)

Spletna socialna omrežja so senzacija interneta, ki omogočajo vzdrževanje in gradnjo novih poznanstev, s tem pa gradnjo socialnega kapitala. Večina avtorjev se strinja, da se socialni kapital nanaša na naložbe v osebnih razmerjih ali družbenih strukturah, ki naj bi se s pojavom interneta lahko poslabšala, s tem pa tudi socialni kapital. V teoretičnem delu se zato osredotočim na prednosti in slabosti, ki jih lahko prinese uporaba interneta, in nenazadnje tudi prisotnost v spletnih socialnih omrežjih. V raziskovalnem delu z multivariatno analizo odgovorov, pridobljenih s spletno anketo uporabnikov spletnega socialnega omrežja Facebook, poskušam ugotoviti, ali obstaja linearna povezanost med socialnim kapitalom in intenziteto uporabe ter socialnim kapitalom in velikostjo omrežja. Pokaže se pozitivna linearna povezanost, ki je statistično značilna med vsemi pari spremenljivk. Glavni namen naloge je prikazati spletno socialno omrežje kot prostor, ki omogoča ustvarjanje in ohranjanje socialnega kapitala posameznika.

Ključne besede: socialni kapital, povezovalni socialni kapital, premostitveni socialni kapital, spletno socialno omrežje

Social capital in online social networks / on social networking sites (An example of online social network Facebook)

Online social networks are an Internet sensation, enabling maintenance and construction of new acquaintances, thus building social capital. Most authors agree that social capital refers to investment in personal relationships or social structures, which would be with the emergence of the Internet may have been impaired, and thus the social capital. The theoretical work is therefore focused on the strengths and weaknesses that can make use of the Internet and finally the presence in online social networks. In research using a multivariate analysis of the responses obtained from online survey of users online social network Facebook, trying to determine whether there is a linear relationship between social capital and intensity of use and social capital and network size. Shows a positive linear relationship, which was statistically significant between all variables fumes. The main purpose is to present the online social network as a space that allows you to create and maintain social capital of individuals.

Key words: social capital, bonding social capital, bridging social capital, social networking sites.

KAZALO

1 UVOD	7
2 SOCIALNI KAPITAL	9
2.1 Premostitveni socialni kapital.....	11
2.2 Povezovalni socialni kapital	12
3 SOCIALNI KAPITAL IN INTERNET	14
3.1 Internet kot pospeševalec socialnega kapitala.....	15
3.2 Internet kot zaviralec socialnega kapitala.....	17
4 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA	19
5 SOCIALNI KAPITAL V SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽJIH	21
6 RAZISKOVALNI OKVIR	23
6.1 Hipotezi	24
6.2 Definicije pojmov	24
6.3 Argumentacija hipotez.....	24
7 EMPIRIČNA RAZISKAVA	26
7.1 Indikatorji	26
7.1.1 Odvisni spremenljivki	26
7.1.2 Neodvisne spremenljivke	27
7.2 Enota analize, vzorec in zbiranje podatkov	28
7.3 Preverjanje hipotez, rezultati in interpretacija.....	31
7.4.1 Hipoteza 1: Intenziteta uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov povezovalni in premostitveni socialni kapital	33
7.4.2 Hipoteza 2: Velikost spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov premostitveni socialni kapital.....	35
8 UGOTOVITVE IN ZAKLJUČEK	38
9 LITERATURA	40
10 PRILOGI	45
Priloga A: Vprašalnik spletne ankete.....	45
Priloga B: Računalniški izpisi iz programa SPSS	48

Kazalo slik

Slika 7.1: Struktura vzorca po spolu.....	29
Slika 7.2: Struktura vzorca po starosti.....	30
Slika 7.3: Struktura vzorca po poklicnem statusu.....	30

Kazalo tabel

Tabela 7.1: Povprečje, standardni odklon in Cronbach Alfa za povezovalni socialni kapital.....	31
Tabela 7.2: Povprečje, standardni odklon in Cronbach Alfa za premostitveni socialni kapital.....	31
Tabela 7.3: Povprečje in standardni odklon za intenziteto uporabe in velikost omrežja Facebook-a.....	32
Tabela 7.4: Korelacijska matrika.....	33
Tabela 7.5: Linearna regresija za spremenljivke povezovalni socialni kapital, pogostost prijave in povprečna tedenska uporaba Facebook-a.....	33
Tabela 7.6: Linearna regresija za spremenljivke premostitveni socialni kapital, pogostost prijave in povprečna tedenska uporaba Facebook-a.....	33
Tabela 7.7: Koeficienti regresijske analize.....	33
Tabela 7.8: Koeficienti regresijske analize.....	34
Tabela 7.9: Korelacijska matrika.....	34
Tabela 7.10: Linearna regresija za spremenljivke premostitveni socialni kapital in število prijateljev.....	35
Tabela 7.11: Linearna regresija za spremenljivke povezovalni socialni kapital in število prijateljev.....	35
Tabela 7.12: Koeficienti regresijske analize.....	35
Tabela 7.13: Koeficienti regresijske analize.....	35

1 UVOD

Socialni kapital, koncept, ki je v zadnjih letih doživel velik vzpon in se je razširil na širše družboslovno področje, s tem pa dobil veliko definicij, ki so mnogokrat kar sam rezultat socialnega kapitala. Robert Putnam in drugi teoretiki bistvo socialnega kapitala vidijo v socialnih omrežjih, kjer se prepletajo vezi, ki so lahko močne in predstavljajo vir za povezovalni socialni kapital, ali pa so šibke in predstavljajo vir za premostitveni socialni kapital. Oba sta produkt interakcij med posameznimi člani posameznikovega socialnega omrežja.

Z modernim življenjem se zgodi preobrat, saj naj bi bil posameznik pregnan iz javnega v privatno, družinsko življenje (Sennett v Igljč 1988). Temu naj bi botrovala predvsem tehnologija, ki je že resno ogrožala posameznika. Kako resno, se vidi v Putnamovi pobudi, ki spodbuja načine, ki bi zagotovili, da bi manj časa samotno in pasivno posedali pred žarečimi zasloni in da bi več časa aktivno preživeli s svojimi državljani ter da bi nam dovolili spodbujati nove oblike elektronske zabave in komunikacije, ki bi posameznike med seboj bolj povezovala kot oddaljevala (Gaines in Mondak 2008).

Pojav novega medija, interneta, sproži veliko ugibanj o njegovih koristih in slabostih, ki bi posledično lahko vplivale na posameznikov socialni kapital. Zato se veliko raziskovalcev začne spraševati, ali ima internet sposobnost gradnje socialnega kapitala, tako premostitvenega kot povezovalnega. Obstajajo študije, ki zagovarjajo tako eno kot drugo stran. Vendar pa internet dobiva nove razsežnosti, ki jih je potrebno raziskati. Letos so med najpopularnejšimi internetnimi senzacijami spletna socialna omrežja, ki privabljajo različne posameznike iz vseh koncev sveta. Znana so kot orodja, ki posameznikom omogočajo vzdrževanje starih poznanstev in gradnjo novih, s tem pa interakcije, ki bi lahko zagotovile socialni kapital. So nemara spletna socialna omrežja nova oblika elektronske zabave in komunikacije, ki naj bi nas bolj povezovala kot oddaljevala?

V nalogi si tako zastavim cilj raziskati, ali je socialni kapital v spletnih socialnih omrežjih, natančneje v spletnem socialnem omrežju Facebook, ki je letos najpopularnejše (eBizMBA 2010). Najprej predstavim socialni kapital, Putnamovo delitev na povezovalni in premostitveni socialni kapital in vpliv interneta. Na socialni kapital lahko vpliva veliko različnih dejavnikov, vendar sem se najprej omejila na osnovno domnevo, da je čas, ki ga

porabimo na spletu, lahko eden izmed vplivov. Ob dejstvu, da se je v spletna socialna omrežja registriralo že na milijone uporabnikov, predpostavim, da je povezovanje neprimerljivo z realnim obsegom in želim ugotoviti, ali večje spletno socialno omrežje posameznika predstavlja večji vir socialnega kapitala, natančneje premostitvenega socialnega kapitala.

Na podlagi sekundarne literature pripravim spletno anketo z 8 vprašanji zaprtega tipa, s katero sem v 4 dneh poskušala doseči čim večje število ciljne populacije. V nadaljevanju bom predstavila empirično raziskavo, ki obravnava zastavljena problema, z multivariatno statistično metodo preverila hipoteze ter izpostavila rezultate. V zaključku povzamem glavne ugotovitve.

2 SOCIALNI KAPITAL

„Socialni kapital je bil v preteklosti definiran na različne načine, nekateri med njimi so bili dokaj nejasni“ (Portes, Halpern v Tufekci 2008, 2). Enako je tudi danes, ko ne obstajajo neke preproste opredelitve. Fukuyama je v skladu s tem mnenja, da „je socialni kapital dobival veliko definicij, med katerimi se je veliko teh nanašalo na manifestacijo socialnega kapitala, ne pa na sam socialni kapital“ (Leonard 2004, 3).

Dejstvo je, da je „koncept socialnega kapitala eden izmed najbolj opazovanih sodobnih novosti v konceptualni zgradbi družbenih ved“ (Frane 2003, 5) in eden izmed tistih konceptov, ki ni ostal omejen samo na družbene vede, temveč je vstopil tudi v javne razprave (Finsveen 2008). Njegova potencialna razlagalna moč je v različnih kontekstih precej interdisciplinarna in v interesu javne politike (McNamara Horvat 2003; Glanville 2009), saj mu „velik pomen pripisujejo pri oblikovanju različnih ukrepov in političnih odločitev“ (Finsveen 2008, 293).

Pojav pojma socialni kapital v sociologiji je tako postal pomemben koncept in predmet empiričnih študij na širših področjih, ki jih zajemajo družbene vede, vključno s sociologijo, političnimi vedami, ekonomijo, geografijo, antropologijo, zgodovino in tudi medicino ter tako postal predmet obravnave sociologa Pierra Bourdieuja, ekonomista Jamesa Colemana, politologa Roberta Putnama ter njihovih privržencev (Finsveen 2008).

Prva tradicija, ki temelji na Bourdieujevih delih, koncept socialni kapital definira kot „agregat dejanskih in potencialnih resursov, ki so povezani s posedovanjem trajnih omrežij, bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznanstva in prepoznavanje ali, z drugimi besedami, s članstvom v skupini, ki vsakemu od članov nudi podporo kolektivno posedovanega kapitala“ (Finsveen 2008, 295). Na podlagi te definicije je količina socialnega kapitala, do katerega ima akter dostop, odvisna tako od količine omrežnih povezav, v katere je posameznik vključen, kot od vsote količine kapitala (npr. finančnega, človeškega, kulturnega), nekaj, kar je v lasti vsakega člana omrežja (Ellison in drugi 2007; Glanville 2009).

Coleman opredeli socialni kapital po njegovi funkciji in tako kot Bourdieu predstavlja bolj sociološki pogled na socialni kapital, viden kot vir posameznika, iz katerega lahko črpa

(Leonard 2004). Natančneje je definiran kot „razpoložljiva sredstva, ki so posamezniku dostopna zaradi članstva v omrežni skupnosti“ (Steven Aubrey in drugi 2008, 1).

Putnam, ki ima največ zaslug, da se je koncept začel iz družboslovja prelivati v popularno kulturo (Farr 2004) nam za razlago ponuja naslednjo definicijo: „Socialni kapital se nanaša na obliko družbenih organizacij, kot so zaupanje, norme in omrežja, ki lahko izboljšajo učinkovitost družbe z olajševanjem koordiniranih delovanj“ (Glanville 2009, 1509). S tem je imel v mislih predvsem prostovoljne organizacije, kjer posameznik s prostovoljstvom in kooperacijo prispeva k razvoju kooperativne demokratične kulture (Iglič 2001), ki si s sodelovanjem v civilnih organizacijah oblikujejo navade sodelovanja, solidarnosti in duha skupnosti (Putnam v Oorschot v Prevodnik 2008).

Prva in najpomembnejša razlika v konceptualizaciji, ki se pojavi med temi koncepti socialnega kapitala, je, da Putnam socialni kapital vidi kot atribut skupnosti s koristjo za vse člane, medtem ko so drugi zagovorniki mnenja, da je „socialni kapital sredstvo, ki se zgodi posameznikom zaradi lastnosti, kot so moč vezi, položaj omrežja“ (Burt v Tufekci 2008, 3) „in sredstva, ki so na voljo prek družbenih stikov“ (Portes, Halpern v Tufekci 2008, 3).

Večina avtorjev, ki je v nadaljevanju definirala socialni kapital, je bila mnenja, da se nanaša na naložbe v osebnih razmerjih ali družbenih strukturah, ki olajšujejo individualne ali kolektivne cilje (Glanville 2009). „Socialni kapital namreč izvira iz ideje, da na odnose gledamo kot na vir in kot taki lahko prispevajo k produktivnosti“ (Durkheim, Bourdieu, Coleman in Putnam v Larsen 2004, 1).

Bistvo socialnega kapitala je tako v socialnih omrežjih oziroma družbenih vezeh, zato gre Putnam, kot tudi drugi teoretiki, še dlje, ko se s svojo razdelitvijo socialnega kapitala dotaknejo dela sociologa Mark Granovetterja (Gaines in Mondak 2008) ter naredijo razmejitve med premostitvenim in povezovalnim socialnim kapitalom (Leonard 2004; Ellison in drugi 2007; Gaines in Mondak 2008; ICA 2008; Louise in drugi 2008; Steven Aubrey in drugi 2008; Bottrell 2009; Škorić in Ying 2009).

„Povezovalni in premostitveni socialni kapital sta sicer povezana, pa vendar ne enaka“ (Škorić in Ying 2009, 3). Predhodne raziskave so namreč pokazale, da je povezava med

povezovalnim in premostitvenim socialnim kapitalom raznolika in zapletena (Louise in drugi 2008). Putnam vidi prvotno razlikovanje med povezovalnim in premostitvenim socialnim kapitalom kot nasprotna si omrežja, ki so obrnjena navznoter ali navzven, homogena ali heterogena, izključujoča ali vključujoča (Putnam v Bottrell 2009).

2.1 Premostitveni socialni kapital

Po mnenju Gitella in Vidala, ki sta prvotno definirala koncept, vidita premostitveni socialni kapital kot dejavnost, ki združuje ljudi ali skupine, ki se pred tem niso poznali/-e (Gitell in Vidal v Yuan in Gay 2006). S tem tako nakazujeta že sam naravni začetek kateregakoli socialnega odnosa, izjema so seveda sorodniki. Kljub vse večji uporabi in popularnosti tega koncepta v raziskovanju omrežja definicija ni bila širše sprejeta (Yuan in Gay 2006).

Paxtonova premostitveni socialni kapital vidi kot križno prepletene vezi (Paxton v Larsen in drugi 2004), najbrž zaradi tega, ker o premostitvenem socialnem kapitalu govorimo takrat, ko se člani ene skupine povežejo s člani druge skupine, da bi dobili določen dostop do česa, ali ko potrebujejo podporo ali pa iščejo informacije (Larsen in drugi 2004). Tako je mogoče reči, da se najbolj osredotoča ravno na članstvo v skupini, kajti mnogo raziskovalcev meni, da se premostitveni socialni kapital nanaša na sredstva, ki jih ljudje pridobijo iz svojih vezi z ljudmi zunaj svoje skupine (Adler in Kwon, Kavanaugh in drugi, Leonard, Putnam v Yuan in Gay 2006). Tako se „premostitveni socialni kapital lahko nanaša na poznanstva/razmerja z znanci, ki presegajo lokalno območje in so endogeni na posameznikovo lokalno socialno omrežje ali lokalno skupnost“ (Stern in Adams 2010, 1393).

„Premostitveni socialni kapital leži v omrežjih s šibkimi vezmi“ (ICA 2008, 7), ki ohlapno povezujejo posameznike med seboj. Prek teh vezi si zagotovijo koristne informacije ali nove perspektive, praviloma pa ne čustvene podpore (Granovetter v Williams 2008). „Posedovati več premostitvenega socialnega kapitala povečuje možnost za heterogena srečanja ter tako za raznovrstne informacije“ (ICA 2008, 7). Kajti šibke družbene vezi ali premostitveni socialni kapital ponuja povezavo med ljudmi, ki so si med seboj različni, se med seboj razlikujejo v pripadnosti političnih strank, etnični skupini ali rasi, socioekonomskem položaju itd. (Granovetter v Williams 2008), kar pogojuje, da moramo v omrežje stopiti z veliko mero strpnosti do drugačnih. Ne glede na etnično pripadnost sta

prav tako pomembna tudi razred in spol. Kajti kot je predlagal Bourdieu, so socialne vezi med učinkovitejšimi, če bodo te povod za dostop do tistih, ki imajo več virov in znanja (Bourdieu v Louise in drugi 2008). Sicer pa se sposobnost razširitve svojega omrežja, da bi sodelovali pri premoščanju, lahko nanaša tudi na druge dejavnike, kot so starost in družinske okoliščine (Louise in drugi 2008).

Kako pomemben je premostitveni socialni kapital, vidimo v delu Putnama, ki kot bistveno idejo poda, da lahko premostitveni socialni kapital tlakuje pot ostalim oblikam kapitala, kot so finančni in človeški kapital (Leonard 2004), saj premostitvena oblika zagotavlja zunanje povezave, zlasti v povezavi s pridobivanjem ugodnosti (Bottrell 2009), vendar pa se kot slabost lahko pojavljajo v omejeni in nezanesljivi obliki.

2.2 Povezovalni socialni kapital

Prvotna konceptualna razlaga povezovalnega socialnega kapitala kot dejavnosti, ki prinaša tesnejše povezovanje z ljudmi, s katerimi se že poznamo (Gittel in Vidal v Yuan in Gay 2006). Ker pa je med širše sprejeta razlaga na temelju članstva v skupini, se povezovalni socialni kapital nanaša na sredstva, ki jih ljudje pridobijo iz vezi znotraj skupine (Adler in Kwon, Kavanaugh in drugi, Leonard, Putnam v Yuan in Gay 2006). Te skupine so pogosto homogene (Leonard 2004), posamezniki imajo namreč podobno ozadje in močne čustvene odnose (Škorić in Ying 2009), ki kot taki tkejo tesno povezano omrežje, v katerem je povezovalni socialni kapital pogosto omejen in koristen le tistim, ki imajo interni dostop (Leonard 2004). Znotraj omrežja se tako lahko poveča verodostojnost med člani in mobilizira sporazum med njimi (Scholtz in drugi v ICA 2008), zagotovi se jim emocionalno in vsebinsko podporo (Williams v ICA 2008), visoko pozicionirana pa je tudi solidarnost med člani tega omrežja. Tako povezovanje za druge člane izven tega omrežja povzroča izoliranost, kar privede do nezaupanja, neodobravanja (Stevens Aubrey in drugi 2008), aktivnega odpora in celo sovražnosti. Zato za razliko premostitveni socialni kapital, ki vključuje, povezovalni izključuje (Škorić in Ying 2009).

Kavanaugh povezovalni socialni kapital vidi kot močno zaupanje, intenzivnost dnevni kontaktov, v izključno homogenih skupnostih, ki so sposobne učinkovito izvajati sankcije, podporo, vzajemnost. Liff and Steward kot bolj intimne vezi, več podlage za interakcijo,

vzajemnosti, sorodstva, vezi tradicionalne skupnosti zagotavlja vire v stiski, Ferlander kot čustveno bližino s podobnimi ljudmi v lokalni skupnosti (Williams 2008).

Povezovalni socialni kapital po Putnamu odraža močne vezi z družino in tesnimi prijatelji, ki so v takem položaju, da lahko zagotovijo čustveno podporo ali dostop do omejenih virov (Putnam v Ellison in drugi 2007; Steinfield in drugi 2009). Te močne vezi bodo tako koristne tudi za oprijemljive koristi, kot so npr. finančna posojila (Steinfield in drugi 2009).

Isti pokazatelji, ki so omogočili njegov obstoj, kot so močne vezi zaupanja in solidarnosti, lahko v končni fazi preprečijo njegovim članom popoln razvoj. Zavirajo jih lahko družina ali zahteve skupnosti in bodo uspešni le, če jim uspe tvoriti vezi z drugimi v širši skupnosti, z ostalimi tvoriti premostitveni socialni kapital (Leonard 2004), „kajti močna omrežja lahko podpirajo takojšnje potrebe, ampak brez dostopa do premostitvenega socialnega kapitala primanjkuje udeležencem pomembnih sredstev za napredek“ (Leonard 2004, 935).

3 SOCIALNI KAPITAL IN INTERNET

Skozi celotno zgodovino imamo ljudje kljub tekmovalnosti brezčasno tradicijo kooperacije za doseg skupnih ciljev. Nastanek nove faze v zgodovini, informacijske dobe in njene funkcijske strukture, omrežne družbe, privede do tega, da je razpravo o socialnem kapitalu potrebno začeti v novem okolju (Acevado 2007). „Vpliv na socialni kapital so imeli tako tradicionalni mediji kot časopisi in televizija, vendar pa je velik vpliv mogoče pripisati ravno novim medijem, predvsem internetu“ (Putnam v Stevens Aubrey in drugi 2008, 1). Ta naj bi bil, kot pravi Nie, povezan tako s povečanjem kot z zmanjšanjem socialnega kapitala, kajti uporaba interneta naj bi zmanjšala čas, ki ga porabimo za neposredni kontakt, kar posledično lahko zmanjša socialni kapital (Ellison in drugi 2007; Kraut in drugi, Nie in Erbring, Nie in Hillygus v Stevens Aubrey in drugi 2008; Valenzuela in drugi 2008). Vendar je ta vidik dobil močne kritike (Bargh in McKenna v Ellison in drugi 2007), saj nekateri raziskovalci trdijo, da lahko z interakcijo na internetu dopolnimo oziroma celo nadomestimo osebno interakcijo in tako omilimo morebitno izgubo časa, porabljenega na spletu (Wellman in drugi v Ellison in drugi 2007).

„Wellman opiše omrežni kapital kot obliko socialnega kapitala, saj omogoča sredstva, ki so na voljo prek medosebnih vezi. Pravi, da je sestavljen iz vedenja, kako ohraniti računalniško omrežje, iskati informacije na internetu in uporabljati pridobljena znanja, oblikovati in vzdrževati spletna razmerja in jih uporabljati za pridobitev potrebnih sredstev, vključno s posredno povezavo prijatelja s prijateljem“ (Wellman v Acevado 2007, 2) ter da ga lahko merimo s pogostostjo družbenih kontaktov, ki jih imamo s prijatelji, sorodniki in sodelavci (Acevado 2007).

Za gradnjo skupnosti so že zagotovljena potrebna e-orodja, ki jih tvorijo socialna omrežja posameznikov, da bi povzdignili njihovo interakcijo in s tem gradnjo omrežnega kapitala. Obstajajo e-orodja za tkanje socialnih mrež (osebnih ali poklicnih), za podporo sodelovanju (wikiji, združevalniki vsebin, skupinsko skladiščenje, kartiranje, označevanje) ali za preprosto izmenjavo vsebin (video posnetki, fotografije, RSS, blogi ...) (Acevado 2007).

3.1 Internet kot pospeševalec socialnega kapitala

Internet je nedvomno odločilen pri krepitvi socialnega kapitala skozi vzdrževanje (Wellman in drugi, Boase in drugi v Škorić in Ying 2009) in oblikovanje novih družbenih odnosov, ki skupnostim in posameznikom pomagajo pri oblikovanju identitete (Ho, Kluver in Yang v Škorić in Ying 2009). Družbeni odnosi lahko posledično povečajo socialni kapital, kot primeri se navajajo številne študije, ki pričajo v prid interneta kot pospeševalca socialnega kapitala posameznika. Na primer, leta 2006 je raziskava Pew Internet-a poročala, da je bolj verjetno, da imajo uporabniki interneta večje omrežje tesnih vezi kot pa tisti, ki ne uporabljajo interneta. In da je bolj verjetno, da bodo uporabniki interneta prej kot neuporabniki dobili pomoč od ključnega člana omrežja (Boase in drugi v Ellison in drugi 2007). Podobno sta dokazala Hamptonova in Wellmanova študija „Netville“, ki je pokazala, da je za uporabnike interneta bolj verjetno, „da imajo večje socialno omrežje, višjo raven socialnega kapitala in socialne vključenosti“ (Hampton in Wellman v Stern in Adams 2010, 1398). Kavanaugh, Carroll, Rosson, Zin in Reese ugotovijo, da lahko uporaba interneta krepí socialne stike, obveznosti skupnosti in povezanost (Zin in Reese v Škorić in Ying 2009). Enako ugotovi tudi Norrisova, ki pravi, da internet krepí tako premostitveni kot povezovalni socialni kapital, vendar je poudarek na povezovanju (Norris v Stern in Adams 2010).

Bilo je sicer veliko skepticizma o zmožnostih gradnje močnih vezi ali povezovalnega socialnega kapitala na internetu. Velik del raziskav se je osredotočil na virtualne skupnosti (Blanchard v Tufekci 2008), ki obstajajo samo na internetu. „Vendar pa je za vedno večje število ljudi internet še vedno orodje za komunikacijo s svojimi obstoječimi družinskimi, šolskimi ali sosedskimi socialnimi omrežji“ (Hampton v Tufekci 2008, 8). Haythornthwaite trdi, da na „močne vezi lahko pozitivno vpliva dodajanje novih komunikacijskih sredstev, kadar ta medij zagotavlja dodatna sredstva in možnosti za stike in deluje kot dopolnilo k obstoječimi komunikacijskimi metodami“ (Hay v Tufekci 2008, 8). Tako je možno, da bi se močne vezi lahko okrepile s pomočjo tehnologije, kot so sezname prejemnikov, foto imenik in možnost iskanja (Resnick v Ellison in drugi 2007). Povezovalni socialni kapital se lahko pojavi tudi, ko se igralci pridružijo spletni skupnosti kot način tekmovanja proti drugi spletni skupnosti, kar kaže, kot pravi Rheingold, na temeljne človekove potrebe po skupnosti, ki se lahko izrazi preko interneta, ko neformalni fizični prostor izgine (Rheingold v Škorić in Ying 2009). Povezovalni socialni kapital se s

takimi stranmi lahko poveča, ker podpirajo svobodne družbene vezi, ki uporabnikom omogočajo, da ustvarijo in ohranijo večje, razpršene mreže odnosov, iz katerih bi lahko črpali vire (Donath in Boyd, Resnick, Wellman in drugi v Ellison in drugi 2007).

E-pošta pa naj bi služila kot premostitvena oblika komuniciranja med ljudmi z najbližjimi vezmi, ker se zdi, da jo bolj pogosto uporabljajo tisti, ki želijo ohraniti vezi zunaj lokalnega območja, kot da bi komunicirali na lokalni ravni (Stern in Adams 2010).

Premostitveni naj bi v primerjavi s povezovalnim socialnim kapitalom predstavljal koristno sredstvo za razumevanje socialnega kapitala na internetu, kajti premostitveni socialni kapital naj bi s pomočjo mreženja na internetu ponujal več znanja o javnih zadevah (Cross in drugi v Škorić in Ying 2009). Tako premostitveni socialni kapital lahko najdemo kot produkt sodelovanja v forumih in komentiranja na blogu. Udeleženci v javnih zadevah so si ponavadi tujci iz različnih okolij, ki tako pridejo skupaj zaradi forumov ali teme bloga, vprašanja. Posledično pa njihova tekstovna komunikacija preko interneta zakrije vizualne standarde in slušne pokazatelje identitete, ki pomaga in spodbuja heterogenost (Norris v Škorić in Ying 2009).

Internet tako omogoča vzdrževanje obstoječih vezi in spoznavanje novih poznanstev, saj ljudem zagotavlja, da se na alternativni način povežejo z drugimi, ki imajo podobne interese (Ellison in drugi, Horrigan, Parks in Floyd v Ellison in drugi 2007), „ozadja ali življenjske sloge in obidejo družbene in kulturne razlike ter se osredotočijo izključno na iskanje podobno mislečih“ (McPherson in drugi, Norris v Stern in Adams 2010, 1397), „pri tem pa jih osvobaja dejstvo, da si delijo skupne interese, v nasprotju s skupno geografijo“ (Wellman, Sallaff, Dimitrova, Garton, Gulia, Haythornthwaite v Ellison in drugi 2007, 1146).

Internet lahko zagotovi začetni občutek anonimnosti in pomanjkanje socialnih obveznosti. Ko posameznik prvič išče informacije o kakšni zadevi, se lahko obrne na določene spletne strani, objavlja novice, piše blog in tako išče informacije, ne da bi se pri tem zavezal, da se bo včlanil v skupino ali organizacijo. Uporabniki interneta, kot so posamezniki, ki so bolni, invalidi ali ljudje, ki živijo predaleč, da bi se udeleževali sestankov, lahko uporabljajo internet za premagovanje ovir pri neudeležbi v dejavnostih skupnosti. Marginalizirane populacije, ki so v različnih pogledih izolirane iz dejavnosti skupnosti, se počutijo bolj

sproščene, če sodelujejo v družbenih organizacijah in dejavnostih z relativno varnostjo interneta (McKenna in Bargh v Stern in Adams 2010).

3.2 Internet kot zaviralec socialnega kapitala

Strokovnjaki, ki sprejemajo utopični pogled učinkov interneta na socialni kapital, trdijo, da internet razjeda dobro psihično počutje, slabi vezi v realnem svetu in zmanjšuje skupinski duh (Kraut in drugi, Nie in Erbring v Pasek in drugi 2008). Pogosta prisotnost na internetu vodi do nove tehnološko povzročene osebne izolacije z uporabniki spleta in žarečega ekrana v zasebnem prostoru (Gershuny v Stevens Aubrey in drugi 2008). Najbolj oglaševana raziskava v tej smeri je študija Home.net, ki so jo opravili Kraut in kolegi. To je prva študija, ki je pokazala, da uporaba interneta povzroča izolacijo, potrto, depresijo in osamljenost (Kraut in drugi, Nie in Erbring v Pasek in drugi 2008). Kraut in sodelavci so tako ravno nasprotnega mnenja kot Wellman in drugi, češ da čas, porabljen na spletu, privede do izgube časa v lokalni skupnosti in s tem do zaviranja socialnega kapitala (Kraut in drugi v Stevens Aubrey in drugi 2008).

Za razliko Lin poudari, da obstajajo jasni dokazi, ki dokazujejo, da je bil v zadnjem desetletju socialni kapital v omrežjih kibernetskega prostora v porastu, vendar pa je ravno to slabost za tiste, ki niso na internetu in so tako na čedalje večjo škodo odrezani od eksplozije socialnih mrež in socialnega kapitala (Lin v Williams 2008).

V skupini se lahko na eni strani pojavi heterogenost, na drugi strani pa se lahko izrazi homofilija. Homofilna teorija napoveduje, „da ljudje pogosteje stopijo v interakcijo s podobnimi posamezniki glede na lastnosti in značilnosti“ (McPherson in drugi, Monge v Yuan in Gay 2006, 1063). Teorija tako teži k prepričanju, da se ljudje z drugimi povežemo na podlagi skupne rase, spola, starosti, izobrazbe, statusa in te kategorije uporabljamo za nadaljnjo razlikovanje podobnosti ali različnosti z drugimi. Medosebne podobnosti bodo povečale predvidljivost obnašanja in zmanjševale komunikacijski strah (Ibarra v Yuan in Gay 2006). Ljudje se tako povezujejo v homogene skupnosti, kjer heterogenost ni zaželena. Ker pa naj bi bila heterogenost prisotna v velikih omrežjih šibkih vezi, ki so koristen vir raznovrstnih informacij, so na drugi strani homogene skupine pri tem lahko prikrajšane.

V preteklosti je bilo tako veliko zaskrbljenosti zaradi možnih negativnih učinkov interneta.

Vendar pa naj bi zgodnje razprave o vplivu interneta na družbeno interakcijo bile v veliki meri pomanjkljive skozi razvoj. Zgodnje študije, ki so jih opravili Kraut in drugi, so temeljile na različnih uporabniških profilih in bile opravljene v različnih okoljih interneta, v katerih je bila vrsta aplikacije in možnost za družbeno interakcijo veliko bolj omejena. Podobne raziskave o povezavi socialnega kapitala in posebne uporabe interneta so relativno zaostajale v razvoju, delno zaradi hitre spreminjajoče narave interneta in delno zaradi zapletenosti analiziranja široke palete interakcij, ki se izvajajo v tako večplastnem mediju. Tako je očitno, da zgolj uporaba interneta ne more imeti en tip glavnega učinka na socialni kapital in da različne vrste uporabe interneta lahko na različne načine vplivajo na socialni kapital (Tufekci 2008). Odnos med uporabo interneta in socialnega kapitala je tako visoko odvisen od konteksta. In čeprav komunikacijske in informacijske tehnologije lahko zagotovijo močno platformo za spodbujanje procesa, je vendar le mreža odnosov tista, ki služi kot dejanska vez, ki ljudem omogoča premagovanje geografske omejitve (Barab in drugi, Yuan in Hembrooke v Yuan in Gay 2006).

4 SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

„Spletna socialna omrežja so nič manj kot internetna senzacija“ (Stevens Aubrey in drugi 2008, 2), natančneje definirana kot spletna storitev, ki posamezniku omogoča izgradnjo javnega ali delno javnega profila znotraj omejenega sistema, artikulacijo seznama uporabnikov, s katerim so v povezavi, in pregled njihovega seznama povezav oz. seznam tistih, ki so znotraj prijateljevega socialnega omrežja (Boyd in Ellison 2007), kar lahko omogoči povezave med posamezniki, ki se drugače ne bi poznali, vendar to pogosto ni cilj (Haythornthwaite v Boyd in Ellison 2007).

So aplikacije, ki uporabniku omogočajo, da izrazi svoje egocentrično omrežje, ki je zasidrano s profilom (Gross in Acquisti, Boyd v Tufekci 2008). Ti so kljub številnim tehničnim značilnostim njihova hrbtenica, kajti profili vsebujejo opis in fotografijo (Boyd in Ellison 2007; Haas v Stevens Aubrey in drugi 2008), so edinstvene strani, ki omogočajo takšen prikaz, kakršen dejansko si (Sunden v Boyd in Ellison 2007). Namreč poudarek je na izkazovanju svoje resnične identitete, kar se pojavi kot zahteva znotraj pravil in kot prednost bodočega iskanja starih poznanstev, sošolcev, sodelavcev ali sokrajanov. Posledično pa bo to tisto, kar bo okrepilo obstoječo skupnost in informacijsko omrežje (Boyd, Hargittai v Pasek in drugi 2008).

Letos najbolj popularna spletna socialna omrežja Facebook, MySpace, Bebo, Friendster, hi5 in druga (ToptenReviews 2010) so mogoče najboljši primer O'Reillyjevega Web 2.0 okolja, kjer so udeleženci soavtorji interaktivnih spletnih strani, kot je bilo do sedaj bolj znano za bloge, wikipedije, mesta za shranjevanje in izmenjavo vsebine (npr. Flickr, YouTube) ter virtualne svetove (npr. Second Life). Tako kot aplikacije za klepet spletna socialna omrežja vključujejo seznam drugih uporabnikov s katerim je posameznik v povezavi. Na podoben način kot spletni dnevniki spletna socialna omrežja omogočajo posameznikom, da se predstavijo drugim uporabnikom z uporabo različnih oblik, vključno z besedilom in videom (Boyd in Ellison v Valenzuela in drugi 2008). Izraziteje pa se predstavijo s profilom, ki ga dobimo na podlagi odgovorov na vprašanja ob registraciji v spletno socialno omrežje, ki ponavadi vključujejo deskriptorje, kot so starost, lokacijo, interese in sekcijo o sebi (Boyd in Ellison 2007).

Tehnične lastnosti socialni spletnih strani so si med seboj izredno podobne (Stevens

Aubrey in drugi 2008), strukturne variacije vidnosti in dostopa pa sta eni izmed glavnih načinov, da se spletna socialna omrežja razlikujejo med seboj (Boyd in Ellison 2007), kakor tudi kulture, ki se pojavljajo v njih (Boyd in Ellison v Valenzuela in drugi 2008), saj je bil Facebook naprej dostopen samo študentom univerze Harvard, kasneje se je razširil med vse študente z e-poštnimi naslovi izobraževalne ustanove. Med leti 2005 in 2006 se razširi na omrežje v delovnem okolju, nato pa je svoja vrata odprl tudi širši javnosti (Gaines in Mondak 2008). Orkut je bil razvit v ZDA, vendar je skoraj dve tretjini njegovih uporabnikov iz Brazilije. Hi5 je postal priljubljen v Južni Ameriki, medtem ko Cyworld še vedno prevladuje v Aziji. Segmentacija preko spletno socialnih omrežij je dosežena na podlagi demografije. Na primer, član aSmallWorld-a si lahko le s povabilom, bodoči člani BeautifulPeople pa so izglasovani na podlagi svoje telesne podobe. Nekatera spletna socialna omrežja so posebej namenjena manjšinam (BlackPlanet, MiGente) in veroizpovedim (MyChurch). Obstajajo spletna socialna omrežja celo za lastnike domačih živali (Dogster, Catster) (Valenzuela in drugi 2008). Ker pa „obstajajo različne vrste socialnih omrežij, je težko posploševati z ene platforme na drugo“ (Hargittai v Valenzuela in drugi 2008, 5).

Facebook je sedaj eden izmed treh stebrov očitne silovite rasti spletne mreže, skupaj z MySpace in YouTube. Slednji dve storitvi sta drugačni, saj prevladuje izmenjava videov, in je tako ena izmed bistvenih razlik, ki jih loči od Facebooka. „Kajti Facebook je v osnovi javni prostor za druženje: objavljanje in izmenjavo fotografij, komentiranje fotografij in vse druge oblike drugačnih uporabnih strani in profilov, sklepanje (in občasno tudi prekinjanje) prijateljstev z drugimi uporabniki ter na splošno objavljanje svojih preferenc, zavezništev in dejavnosti“ (Valenzuela in drugi 2008, 6).

Če pa sprejmemo, da je tehnologija ogledalo naše vsakdanje kulture, nam lahko spletna socialna omrežja pokažejo, v kakšni družbi živimo. Ta napoved ni preveč svetla, saj spletna socialna omrežja poudarjajo, kako smo obsedeni s statusom in kako smo narcisoidni. Zato lahko krivimo tehnologijo, vendar je prej verjetno, da so spletna socialna omrežja zbirališča egoistov, ker te storitve podpirajo njihovo željo, da sami sebe kažejo kot dokaz množičnega sprejetja (Boyd 2008). Kako je potem z gradnjo socialnega kapitala v spletno socialnem omrežju, si oglejmo v nadaljevanju.

5 SOCIALNI KAPITAL V SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽJIH

Dandanes skupnosti niso več opredeljene le po mestu, ampak tudi po interesih, in tako postajajo organizirane v socialne mreže. Z razmahom informacijske tehnologije se interakcija med člani premakne v elektronska omrežja, kjer se omrežni kapital lahko razume kot ukrep različne vrednosti v informacijski dobi, ki je strukturirana kot skupnosti socialnih mrež, ki se ustvarijo na podlagi elektronskih omrežij za sebe, za druge in za družbo kot celoto (Acevado 2007).

Tudi v skladu z Resnickovo teorijo naj bi o spletnih socialnih omrežjih razmišljali kot o pomoči pri ustvarjanju povezav med ljudmi na internetu, ki posamezniku pomagajo graditi socialno omrežje. „Socialni kapital naj bi bil stranski učinek socialnih interakcij in tudi sredstvo, ki v prihodnje gradi interakcije“ (Stevens Aubrey in drugi 2008, 6).

Veliko raziskovalcev se strinja, da je v spletnih socialnih omrežjih premostitveni socialni kapital tisti, ki prevladuje v omrežjih s šibkimi vezmi in pomaga uporabnikom graditi in vzdrževati veliko mrežo odnosov, iz katerih lahko črpajo več potencialnih sredstev (Donald in Boyd, Resnick, Wellman in drugi v Ellison in drugi 2007). Gradnja in vzdrževanje velike mreže odnosov pa je po mnenju Donatha in Boyda mogoča ravno zaradi primerne, poceni in enostavne tehnologije (Donath in Boyd v Ellison in drugi 2007).

Orodja spletnih socialnih omrežij naj bi bila primerna zlasti za posameznike, ki imajo sicer težave pri oblikovanju in vzdrževanju tako močnih kot tudi šibkih vezi. Nekatere raziskave so namreč pokazale, da bi internet lahko pomagal posameznikom s psihološko nizkim počutjem zaradi tistih nekaj vezi, ki jih ima s prijatelji in sosedi (Bargh in McKenna v Valenzuela 2008). Spletna socialna omrežja lahko predstavljajo tudi manjšo oviro za sodelovanje in bolj spodbujajo samo-razkritje, zato lahko ta orodja omogočajo povezave in interakcije, do katerih drugače ne bi prišlo. Omogoča pa tudi ohranjanje obstoječega družbenega kapitala, potem ko so v življenju doživeli večjo spremembo, kot je na primer selitev v drugi kraj, vzdrževanje vezi preko spletnih socialnih orodij pa je, kot smo že videli, preprosto in poceni (Valenzuela 2008).

Spletna socialna omrežja so torej lep primer, kako si posamezniki lahko pomagajo ustvariti in vzdrževati socialni kapital, saj tehnične in družbene pomoči na straneh spletnih socialnih

omrežij omogočajo sporazumevanje in posledično vzajemnost z večanjem omrežja družbenih povezav. Za te velike mreže je bolj verjetno, da vključujejo šibke vezi, kot so znanci in prijatelji prijateljev, ki najverjetneje posedujejo nove informacije in raznolike perspektive, saj so podobno misleči, vendar je ozadje vsakega posameznika različno. Te koristi so povezane s tem, kar so Putnam in drugi poimenovali premostitveni socialni kapital (ICA 2008; Steinfield in drugi 2009). Spletni premostitveni socialni kapital tako pomaga pri povezovanju z ljudmi, prinaša informacije, posledično poveča ozaveščenost in znanje, praviloma pa ne gradi zaupanja in podpore (Škorić in Ying 2009).

Spletna socialna omrežja, kot je na primer Facebook, so spletne skupnosti, ustvarjene in vzdrževane tako, da odražajo offline odnose (Best in Krueger v Tufekci 2008, 8; Valenzuela in drugi 2008). To nam kaže nedavna raziskava, ki pravi, da se na mnogih veliki spletnih socialnih omrežjih udeleženci povezujejo z ljudmi, ki jih že poznajo, bolj kot si želijo spoznavati nove ljudi (Boyd in Ellison 2007). Socialna spletna omrežja uporabnikom omogočajo, da se pridružijo skupinam ali določenim vzrokom, kar lahko privede do kontakta z raznoliko skupino ljudi. Poročajo, da naj bi se 80 % uporabnikov spletnih socialnih omrežij Facebook in MySpace vključilo v skupine (Royal v Zhang 2009), kar kaže, da spletna socialna omrežja lahko povečajo premostitveni socialni kapital. Sicer pa dejanske študije kažejo, da je intenziteta uporabe spletnega socialnega omrežja povezana tako s premostitvenim kot s povezovalnim socialnim kapitalom (Ellison in drugi 2007; Royal v Zhang 2010).

6 RAZISKOVALNI OKVIR

Glede na dejstvo, da socialni kapital lahko definiramo kot „razpoložljiva sredstva, ki so posamezniku dostopna zaradi članstva v omrežni skupnosti“ (Steven Aubrey in drugi 2008, 1), nam le-ta predstavlja posameznikov vir, iz katerega lahko črpa. Vir, ki se nanaša na naložbe v osebnih razmerjih ali družbenih strukturah, da bi posledično olajšal cilje posameznika ali skupine. Bistvo socialnega kapitala tako leži v omrežjih, kjer so posamezniki med seboj povezani z močnimi ali šibkimi vezmi. Na podlagi jakosti vezi lahko ločimo povezovalni in premostitveni socialni kapital, ki za posameznike predstavljata vire različnih sredstev. Če za povezovalni socialni kapital velja, da posameznikom zagotovi sredstva, ki so na voljo znotraj posameznikovega omrežja, in jim tako omogoči emocionalno in vsebinsko oporo, pa za premostitveni socialni kapital velja, da posameznikom zagotovi sredstva, ki so na voljo zunaj posameznikovega omrežja in jim ponavadi prinaša koristne informacije ali nove perspektive.

S pojavom interneta in spletnih socialnih omrežij, ki privablja vedno večje število ljudi, omogoča uporabniku izraziti svoje egocentrično omrežje. Ker pa se socialna omrežja v primerjavi z modernim okoljem izkažejo kot večja (Iglič 1988), me zanima, ali so večja socialna omrežja tudi znak za večji socialni kapital, predvsem premostitveni. Kot nadvse primerno okolje za raziskavo se izkaže spletno socialno omrežje Facebook, ki naj bi ga letos mesečno uporabljalo že 550 milijonov uporabnikov (eBizMBA 2010).

Glede na pretekle raziskave se je izkazalo, da čas, ki ga porabimo za dejavnosti na spletu, lahko posledično slabi ali krepi vezi med posamezniki, zato me zanima, kako je pogostost uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook povezana s socialnim kapitalom, tako s povezovalnim kot s premostitvenim socialnim kapitalom. Zato se v nadaljevanju osredotočam na vprašanje, ali večje število prijateljev v Facebook prinaša več premostitvenega socialnega kapitala, se pravi več virov, iz katerih lahko črpamo sredstva, in ali pogostejša uporaba Facebook-a omogoči več virov za sredstva, tako znotraj kot zunaj našega omrežja.

V nadaljevanju tako predstavljam dve raziskovalni hipotezi in njuno argumentacijo ter definicije temeljnih pojmov, ki sem jih raziskovala.

6.1 Hipotezi

H1: Intenziteta uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov socialni kapital; povezovalni in premostitveni socialni kapital.

H2: Velikost spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov premostitveni socialni kapital.

6.2 Definicije pojmov

- POVEZOVALNI SOCIALNI KAPITAL „se nanaša na sredstva, ki jih ljudje pridobijo iz vezi znotraj skupine (Adler in Kwon, Kavanaugh in drugi, Leonard, Putnam v Yuan in Gay 2006, 1067).

- PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL „se nanaša na sredstva, ki jih ljudje pridobijo iz svojih vezi z ljudmi zunaj svoje skupine“ (Adler in Kwon, Kavanaugh in drugi, Leonard, Putnam v Yuan in Gay 2006, 1067).

- SPLETNO SOCIALNO OMREŽJE definirano kot spletna storitev, ki posamezniku omogoča izgradnjo javnega ali delno javnega profila znotraj omejenega sistema, artikulacijo seznama uporabnikov, s katerim so v povezavi, in pregled njihovega seznama povezav oz. seznam tistih, ki so znotraj prijateljevega socialnega omrežja (Boyd in Ellison 2007).

6.3 Argumentacija hipotez

Že prej omenjena raziskava Pew Internet je poročala, da je bolj verjetno, da imajo uporabniki spleta večje omrežje tesnih vezi kot neuporabniki, in raziskava Netville, ki je pokazala, da je bolj verjetno, da imajo uporabniki interneta večje socialno omrežje, višjo raven socialnega kapitala in socialne vključenosti kot neuporabniki. Iz tega je mogoče sklepati, da bo intenziteta uporabe Facebook-a pozitivno vplivala na posameznikov povezovalni in premostitveni socialni kapital.

Kot smo videli, so spletna socialna omrežja učinkovita pri gradnji tako povezovalnega kot

premostitvenega socialnega kapitala, kajti so aplikacije, ki omogočajo vzdrževanje starih in spoznavanje novih poznanstev na enostaven, hiter in poceni način. Lampe in drugi poročajo, da je med priljubljenimi aktivnostmi uporabe Facebooka iskanje obstoječih poznanstev (Lampe in drugi v Tufekci 2008), kar nakazuje, da se povezovalni socialni kapital lahko okrepi, še posebej, če bomo komuniciranju dodali naprednejšo tehnologijo. Pogostejša in s tem preprostejša uporaba spletnega socialnega omrežja Facebook bo tako pozitivno vplivala na povezovalni socialni kapital. Pogostejša uporaba Facebook bo pozitivno vplivala tudi na premostitveni socialni kapital, to je nedavno dokazala tudi Williamsova, ki pravi, da intenziteta uporabe spleta pripomore k povečanju obeh vrst socialnega kapitala (Steven Aubrey 2007). Premostitveni socialni kapital se bo okrepil, ker spletna socialna omrežja ponujajo vrsto aplikacij, ki lahko med seboj povežejo popolne tujce. Med najbolj znanimi so pregled seznama prijateljev prijatelja, iskalnik ljudi na podlagi izobrazbe, hobijev, interesnih dejavnosti, zanimanj ter včlanjevanje v skupine in s tem iskanje ljudi s podobnim mišljenjem. Tekstovna komunikacija preko interneta pa bo zakrila vizualne standarde in slušne pokazatelje identitete, ki tako pomaga in spodbuja heterogenost. Zaradi naštetih prednosti spletnega socialnega omrežja Facebook lahko pride do povečanja posameznikovega socialnega omrežja. Le-ta se poveča s številom prijateljev, ki predstavljajo most do posameznikovega socialnega omrežja in s tem premostitveni socialni kapital.

7 EMPIRIČNA RAZISKAVA

V empiričnem delu bom predstavila indikatorje, vzorec in način zbiranja podatkov ter nazadnje preverila, ali postavljene hipoteze lahko sprejmemo.

7.1 Indikatorji

7.1.1 Odvisni spremenljivki

– POVEZOVALNI SOCIALNI KAPITAL (v1)

Merjenje povezovalnega socialnega kapitala je temeljilo na lestvici, ki sta jo leta 1983 razvila Cohen in Hoberman, kasneje pa sta jo uporabila Williams in Ellison ter drugi. Oblikovana je tako, da jo je mogoče uporabiti za preučevanje socialnega kapitala v realnem ali spletnem socialnem omrežju. V svoji raziskovalni nalogi sem uporabila slednjo verzijo. Merjenje povezovalnega socialnega kapitala temelji na podlagi sekundarnih podatkov, zato sta umaknjeni trditvi; Facebook prijatelji, s katerim sem v stiku, bi mi pomagali v boju za pravičnost, in Facebook prijatelji, s katerim sem v stiku, bi mi lahko pomagali pri zaposlitvi. Mnenja sem, da se slednja nanaša na koristne informacije, ki so pogosto rezultat velikih omrežij s šibkimi vezmi, premostitvenega socialnega kapitala. Enako ugotovi Granovetter (Granovetter v Williams 2008) v analizi osebnih omrežij iskanja zaposlitve.

Prvi sklop 7-ih trditev se tako nanaša na povezovalni socialni kapital;

- Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav,
- Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah,
- Na Facebook-u ni nikogar, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah (*),
- Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a,
- Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v stiski posodi 500 €,
- Facebook prijatelji, s katerim se v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj,
- Facebook prijateljev ne poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega

Trditve označene s (*) so oblikovane kot negativne trditve in so v nadaljevanju rekodirane v pozitivne trditve.

– PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL (v2)

Pri merjenju premostitvenega socialnega kapitala prav tako izhajam iz lestvice, ki sta jo razvila Cohen in Hoberman, vendar je na podlagi sekundarnih podatkov izvornik spremenjen, nerelevantne trditve odstranjene in dodana je trditev, ki je bila prvotno za merjenje povezovalnega socialnega kapitala.

Drugi sklop, ki se nanaša na premostitveni socialni kapital, je prav tako sestavljen iz sklopa 7 trditev;

- S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.
- Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.
- Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.
- Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.
- Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.
- Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.
- Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od mene.

Na oba sklopa trditev je možno odgovoriti s 5-stopenjsko lestvico; 1- sploh ne drži, 2- delno ne drži, 3- niti ne drži niti drži, 4- delno drži, 5- popolnoma drži.

7.1.2 Neodvisne spremenljivke

– UPORABA FACEBOOK-a (v3 + v4)

Uporaba Facebook-a bo preučena skozi intenziteto uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook, ki bo merjena s pogostostjo prijavljanja in s povprečno porabljenim časom, ki ga uporabnik tedensko preživi na Facebook-u.

Vprašani se glasita; - Prosim, označite, kako pogosto se prijavljate v Facebook. Uporabi se lestvica; 1 - manj kot vsak teden, 2 - največ enkrat na teden, 3 - nekaj dni v tednu, 4 - vsak

drugi dan, 5 - vsak dan, in 6 - večkrat na dan.

- Prosim, označite, koliko ste prejšnji teden v povprečju preživeli na Facebook-u, pri čemer je možno uporabiti naslednjo lestvico; 1 - manj kot 10 minut, 2 - od 10 do 30 minut, 3 - od 31 do 60 minut, 4 - 1 do 2 uri, 5 - 2 do 3 ure in 6 - več kot 3 ure.

– VELIKOST OMREŽJA = ŠT. PRIJATELJEV (v5)

Vprašanje, ki se nanaša na velikost omrežja, se glasi; Prosim, označite približno, koliko Facebook prijateljev imate. Je zaprto vprašanje s naslednjimi možnimi odgovori; 1 - 10 ali manj, 2 - 11 – 50, 3 - 51 – 200, 4 - 201 – 400, 5 - 401 – 1000 in 6 - 1000 ali več.

7.2 Enota analize, vzorec in zbiranje podatkov

Enota analize je uporabnik spletnega socialnega omrežja Facebook. K reševanju spletne ankete, pripravljene v programskem paketu Ika, so bili preko zasebnega sporočila povabljeni 203 prijatelji mojega spletnega socialnega omrežja Facebook. V nadaljevanju je bil uporabljen vzorec snežne kepe, pri čemer nas je prijatelj mojega spletnega omrežja Facebook pripeljal do druge osebe, prijatelja njegovega spletnega socialnega omrežja, in tako naprej. To je bilo bistveno lažje preko zasebnih sporočil, saj so jih uporabniki Facebook-a lahko posredovali naprej, vendar se je izkazalo, da je 7 mojih Facebook prijateljev povezavo raje delilo kar na njihovi predstavitveni strani, na tako imenovanem „zidu“. Na moji predstavitveni strani Facebook-a je bila povezava do spletne ankete objavljena 2 dneva pred iztekom zbiranja podatkov, saj sem jih na tak način želela opozoriti, da sodelovanje še vedno poteka.

Ostali uporabniki Facebook-a, ki jih najbrž z učinkom snežne kepe ni bilo mogoče doseči, so kot priložnost sodelovanja v raziskavi imeli preko 13 interesnih skupin in dejavnosti, ki so zbirališče predvsem slovenskih Facebook uporabnikov. Na teh straneh skupin ali vzrokov je bila povezava do ankete objavljena preko javnih sporočil oziroma preko t.i. „zida“.

Spletno socialno omrežje Facebook pa je s svojo razsežnostjo in popularnostjo prisotno na različnih spletnih straneh, ki omogočajo direktno povezavo s Facebook-om, ki je namenjeno predvsem izražanju všečnosti posameznih objav ali prijavljanju preko uporabniškega imena Facebook. Zato sem se odločila uporabnike Facebook-a povabiti tudi preko teh spletnih straneh, natančneje preko 16 različnih tematskih forumov in preko

„shoutbox“ aplikacij.

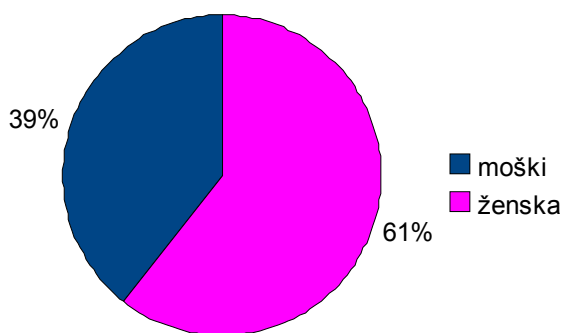
Zbiranje podatkov se je pričelo v sredo, 22. 9. 2010, ob 14. uri in se je končalo v nedeljo, 26. 9. 2010 ob 20. uri. V tem času sem potek zbiranja budno spremljala preko programskega paketa Ika, ki omogoča vrsto koristnih in zanimivih podatkov (npr. koliko je dejansko že ustreznih enot, s katerega spletnega mesta je bila narejena preusmeritev na spletno anketo, časovni potek reševanja anket in nenazadnje statistične analize brez prenosa podatkov).

Po končanem obdobju sem se vsem sodelujočim zahvalila, ostale pa obvestila, da je zbiranje podatkov zaključeno. Pred obdelavo podatkov je bilo 627 tistih, ki so kliknili na anketo, 311 pa tistih, ki so se v Ika vpisali kot ustrezni za nadaljnjo obdelavo, vendar se je po prenosu podatkov v programski paket SPSS 16.0 izkazalo, da je le 269 sodelujočih primernih za statistično obdelavo.

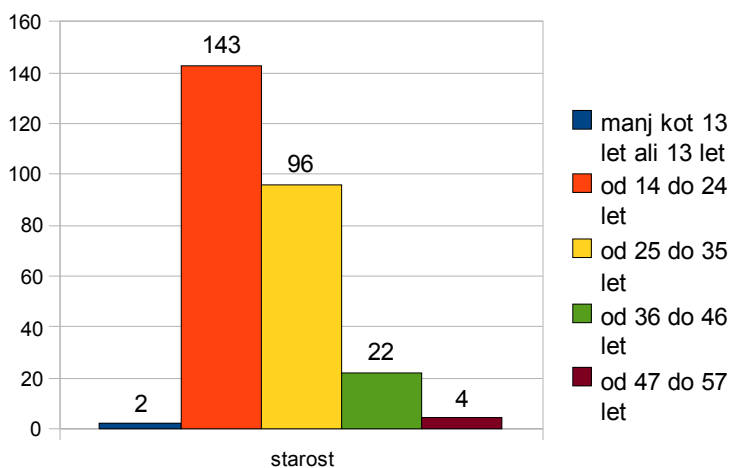
V raziskavo je bilo vključenih 161 uporabnic, kar predstavlja skoraj 60% celotnega verjetnostnega vzorca in 105 uporabnikov Facebook-a (glej Sliko 7.1) od 266 veljavnih (glej prilogo B: Tabela 10.18). Velik delež (53,2%) med njimi predstavlja starostna skupina med 14 in 24 letom (glej Sliko 7.2), kar sovпада s prevladujočim (47%) poklicnim statusom študenta (glej Sliko 7.3). Najmanj je tistih, ki so stari manj kot 13 ali 13 let (0,7%), kar je bilo pričakovano, saj je 14 let spodnja meja za registracijo v spletno socialno omrežje Facebook. V verjetnostni vzorec pa niso bili zajeti tisti, ki so stari več kot 58 let, kar je mogoče pripisati nevednosti uporabe tehnologije.

Glede na zbiranje podatkov, ki je potekalo v kratkem obdobju, in posledično velikost vzorca, ne morem rezultatov posploševati na celotne uporabnike Facebook-a, ampak samo na ta vzorec, ki po mojem mnenju vseeno predstavlja dobro sliko o stanju socialnega kapitala na spletnih socialnih omrežjih.

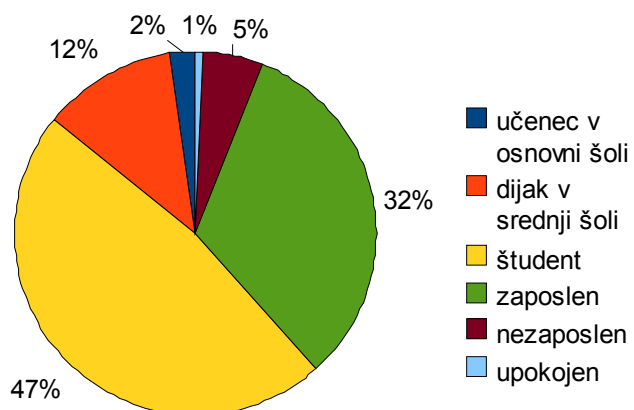
Slika 7.1: Struktura vzorca po spol



Slika 7.2: Struktura vzorca po starosti



Slika 7.3: Struktura vzorca po poklicnem statusu



7.3 Preverjanje hipotez, rezultati in interpretacija

Pri preverjanju hipotez želim dokazati, da ima uporaba spletnega socialnega omrežja Facebook vpliv na socialni kapital, tako na premostitvenega kot povezovalnega. Gre za prvi dve vprašanji oziroma odvisni spremenljivki, ki sta sestavljeni iz večjega števila indikatorjev, ki merijo isti koncept ali dimenzijo nekega modela. Da bi preverila zanesljivost merskega inštrumenta, sem opravila faktorsko analizo, ki je potrdila, da merimo dve dimenziji (glej prilogo B: Tabela B.22). Prva dimenzija meri premostitveni, druga pa povezovalni socialni kapital. Zanesljivost merjenja nakazuje visoka vrednost Cronbach-ove Alfe (glej Tabeli 7.1 in 7.2). V nadaljevanju seštejemo vrednosti posameznih indikatorjev posameznega koncepta in dobljeno vsoto delimo s številom vključenih indikatorjev izbranega modela. Pred tem je bilo treba trditve, ki so bile pomensko obrnjene, rekodirati tako, da so bile primerljive z drugimi in so merile v isto smer.

Tabela 7.1: Povprečje, standardni odklon in Cronbach Alfa za povezovalni socialni kapital

	N	Vzorčna aritmetična sredina	Standardni odklon
V1: Povezovalni socialni kapital			
V1a: Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav.	267	3,51	1,59
V1b: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah.	268	3,43	1,56
V1c: Na Facebook-u je nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah.	269	3,57	1,57
V1d: Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a.	269	3,9	1,33
V1e: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodi 500€.	268	2,76	1,57
V1f: Facebook prijatelji s katerim sem v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj.	269	2,71	1,47
V1g: Facebook prijatelje poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega.	269	3,46	1,32
	=	=	=
Cronbach Alfa = 0,84	266	3,339	1,07

Pri sklopu 7 trditev, ki označujejo povezovalni socialni kapital, vseh 269 sodelujočih ni odgovorilo na V1a, V1b in na V1e. Predvidevam, da trditve vsebujejo njim nejasne besedne zveze.

Sodelujoči so se v povprečju najbolj strinjali (73,6%) s trditvijo V1d: Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a. V povprečju so se strinjali tudi s trditvami V1a: Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav (62%), V1b: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah (58,7%) in s V1c(rec): Na Facebook-u je nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah (58,4%). Najmanj pa s trditvami, ki ponazarjata finančno oporo, in sicer s trditvijo V1e: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodi 500 €, se popolnoma ni strinjalo kar 97 sodelujočih (36,1 %) in s trditvijo V1f: Facebook prijatelji, s katerim sem v

stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj, se popolnoma ni strinjalo 86 sodelujočih (32%).

Tabela 7.2: Povprečje, standardni odklon in Cronbach Alfa za premostitveni socialni kapital

	N	Vzorčna aritmetična sredina	Standardni odklon
Premostitveni socialni kapital			
V2a: S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.	269	2,93	1,25
V2b: Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.	269	2,8	1,4
V2c: Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.	269	3,37	1,34
V2d: Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.	269	3,14	1,37
V2e: Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.	269	3,56	1,3
V2f: Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.	269	3,86	1,19
V2g: Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od mene.	268	3,77	1,2
	=	=	=
Cronbach Alfa = 0,85	268	3,344	0,94

Pri sklopu 7 trditev, ki označujejo premostitveni socialni kapital, vseh 269 sodelujočih ni odgovorilo le na zadnjo trditev V2g.

Sodelujoči so se v povprečju najbolj strinjali (72,5%) s trditvijo V2f: Na Facebook-u vedno izvem kaj novega, kjer se je 96 sodelujočih s tem popolnoma strinjalo, in s trditvijo V2g: Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od mene (70%). V povprečju so se strinjali še s trditvama V2e: Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi (60,6%) in V2c: Facebook me spominja, da smo vsi na svetu povezani (56,9%). Najmanj pa s trditvama V2b: Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi, kjer je največ sodelujočih (72) označilo, da to sploh ne drži, in V2d: Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta, kjer je v povprečju največ (32%) sodelujočih označilo, da to ne drži.

Dobljeni rezultati verjetnostnega vzorca kažejo, da se sodelujoči v povprečju strinjajo s trditvami, ki označujejo socialni kapital v spletnem socialnem omrežju, vendar v povprečju manj s trditvami, ki označujejo povezovalni socialni kapital.

Tabela 7.3: Povprečje in standardni odklon za intenziteto uporabe in velikost omrežja Facebook-a

	N	Vzorčna aritmetična sredina	Standardni odklon
Intenziteta uporabe Facebook-a			
V3: Prosim, označite kako pogosto se prijavljate v Facebook; 1 - manj kot vsak teden, 2 - največ enkrat na teden, 3 - nekaj dni v tednu, 4 - vsak drugi dan, 5 - vsak dan, in 6 - večkrat na dan.	268	4,83	1,62
V4: Prosim, označite koliko ste prejšnji teden v povprečju preživeli na Facebook-u; 1 - manj kot 10 minut, 2 - od 10 do 30 minut, 3 - od 31 do 60 minut, 4 - 1 do 2 uri, 5 - 2 do 3 ure in 6 - več kot 3 ure.	268	3,76	1,8
Velikost omrežja			
V5: Prosim, označite približno koliko prijateljev imate na Facebook-u; 1 - 10 ali manj, 2 - 11 – 50, 3 - 51 – 200, 4 - 201 – 400, 5 - 401 – 1000 in 6 - 1000 ali več.	268	3,53	1,13

Sodelujoči se povprečno v Facebook prijavljajo skoraj vsak dan in tedensko v povprečju preživijo od pol ure do 1 ure, vendar prihaja do povprečno večjega odklona glede na ostali dve vprašanji. Povprečno število Facebook prijateljev je med 51 in 100, številka pa se v povprečju odklanja bolj pozitivno kot negativno (glej Tabelo 7.3).

Na podlagi Likertove lestvice pridobljeno odvisno spremenljivko intervalnega tipa uporabimo v korelaciji z ostalimi neodvisnimi spremenljivkami. Za testiranje povezanosti med spremenljivkami uporabim Pearsonov koeficient korelacije, da bi preverila vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno, pa multiplo linearno regresijo z metodo enter, ki omogoča vnos več spremenljivk hkrati.

7.4.1 Hipoteza 1: Intenziteta uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov povezovalni in premostitveni socialni kapital

V hipotezi 1 sem ocenjevala, da obstaja statistično značilna povezanost med intenziteto uporabe, ki je izražena s pogostostjo prijave in povprečno tedensko porabo časa v Facebook-u ter med povezovalnim in premostitvenim socialnim kapitalom.

Tabela 7.4: Korelacijska matrika

Korelacijska matrika	povezovalni s.k.	premostitveni s.k.	pogostost prijave	povp.teden.uporaba
povezovalni s.k.	1			
premostitveni s.k.	0,295**	1		
pogostost prijave	0,5**	0,29**	1	
povp.teden.uporaba	0,396**	0,323**	0,584**	1

** korelacija je signifikantna pri 0,01 stopnji (2-stranski)

Iz zgornje tabele je razvidno, da gre za pozitivno linearno povezanost med vsemi pari spremenljivk. Vendar je večjo pozitivno linearno povezanost mogoče zaznati med povezovalnim socialnim kapitalom in intenziteto uporabe Facebook-a kot med premostitvenim socialnim kapitalom in pogostostjo prijave ter povprečno tedensko uporabo. Zastavljeni model se značilno prilega podatkom, saj je signifikanca manjša od 0,001 (glej Tabelo 7.4).

Tabela 7.5: Linearna regresija za spremenljivke povezovalni socialni kapital, pogostost prijave, povprečna tedenska uporaba Facebook-a, spol, starost in poklicni status

R	R kvadrat	Prilagojeni R kvadrat	Stand.napaka
0,528 ^a	0,28	0,27	0,92

Tabela 7.6: Linearna regresija za spremenljivke premostitveni socialni kapital, pogostost prijave, povprečna tedenska uporaba Facebook-a, spol, starost in poklicni status

R	R kvadrat	Prilagojeni R kvadrat	Stand.napaka
0,375 ^a	0,14	0,12	0,89

Regresijska analiza nam pokaže, da spremenljivke pogostost prijave v Facebook, povprečna tedenska poraba časa na Facebook-u, spol, starost in poklicni status merjene na populaciji uporabnikov Facebook-a, pojasnjujejo le 27% variabilnosti spremenljivke povezovalni socialni kapital (glej Tabelo 7.5), kar pomeni, da je zunanjih nepojasnjenih vplivov še 73%, in samo 11% variabilnosti spremenljivke premostitveni socialni kapital, kar pomeni, da je zunanjih nepojasnjenih vplivov kar 89% (glej Tabelo 7.6).

Tabela 7.7: Koeficienti regresijske analize

Model	Nestandardizirani koeficienti		Stand. Koeficient	t	Sig.
	B	Stand.napaka	Beta		
povezovalni s.k.	1,11	0,41		2,71	0,007
pogostost prijave	0,63	0,11	0,4	5,84	0,000
povp.teden.uporaba	0,2	0,09	0,15	2,31	0,02
spol	0,1	0,12	0,04	0,8	0,47
starost	-0,14	0,1	-0,09	-1,45	0,15
poklicni status	0,12	0,08	0,09	1,47	0,14

Ugotovitve lahko podkrepimo s standardiziranim regresijskim koeficientom, ki nam pove, za koliko enot se v povprečju spremeni odvisna spremenljivka, če se neodvisna spremenljivka poveča za eno enoto. Predstavlja vpliv neodvisne spremenljivke na odvisno, če izločimo vse zunanje vplive. Večji kot je standardizirani regresijski koeficient, večji

vpliv ima neodvisna spremenljiva na odvisno. Tako vrednost standardiziranega koeficienta 0,4 (glej Tabela 7.7) nakazuje večji pozitivni vpliv pogostosti prijave na povezovalni socialni kapital. Neodvisna spremenljivke statistično značilno linearno vpliva na odvisno spremenljivko in pri tveganju, ki je manjše od 1%, lahko zavrnem ničelno hipotezo in sprejemem hipotezo, da pogostost prijave vpliva na povezovalni socialni kapital. Nanj vpliva tudi povprečna tedenska uporaba, vendar je tveganje večje, ko zavrnem ničelno hipotezo in sprejemem osnovno.

Tabela 7.8: Koeficienti regresijske analize

Model	Nestandardizirani koeficienti		Stand. Koeficient	t	Sig.
	B	Stand.napaka	Beta		
premostitveni s.k.	1,89	0,4		4,8	0,001
pogostost prijave	0,27	0,1	0,19	2,59	0,010
povp.teden.uporaba	0,28	0,08	0,25	3,43	0,001
spol	-0,18	0,12	-0,09	-1,56	0,12
starost	0,04	0,09	0,03	0,47	0,64
poklicni status	0,11	0,08	0,09	1,39	0,17

Na premostitveni socialni kapital ima večji vpliv povprečna tedenska uporaba Facebook-a kot pogostost prijavljanja. Vpliv pri obeh je statistično linearno značilen (glej Tabela 7.8), vendar je tveganje manjše od 1%, če sprejemem, da je povprečna tedenska uporaba tista, ki vpliva na premostitveni socialni kapital.

7.4.2 Hipoteza 2: Velikost spletnega socialnega omrežja Facebook pozitivno vpliva na posameznikov premostitveni socialni kapital

Pri hipotezi 2 sem preverjala statistično značilno povezanost med velikostjo omrežja in posameznikovega premostitvenega socialnega kapitala. Iz spodnje tabele je razvidno, da je med spremenljivkami povezovalni, premostitveni socialni kapital in številom Facebook prijateljev stopnja značilnosti manjša od 0,05 (glej Tabela 7.9). Gre za premosorazmerno povezanost spremenljivk, saj je Pearsonov koeficient korelacije pozitiven. Rezultati analize so pokazali na šibko linearno korelacijo med socialnim kapitalom in številom Facebook prijateljev.

Tabela 7.9: Korelacijska matrika

Korelacijska matrika	povezovalni s.k.	premostitveni s.k.	št.Fb prijateljev
povezovalni s.k.	1		
premostitveni s.k.	0,295**	1	
št.Fb prijateljev	0,341**	0,345**	1

** korelacija je signifikantna pri 0,01 stopnji (2-stranski)

Nadaljnje analize pokažejo, da neodvisne spremenljivke velikost omrežja oz. število Facebook prijateljev, spol, starost in poklicni status pojasnijo samo 17% variabilnosti spremenljivke premostitveni socialni kapital (glej Tabelo 7.10) in 1% manj spremenljivke povezovalnega socialnega kapitala (glej Tabelo 7.11). Nepojasnjenih zunanjih vplivov je tako v povprečju za približno 84%.

Tabela 7.10: Linearna regresija za spremenljivke premostitveni socialni kapital, število prijateljev, spol, starost in poklicni status

R	R kvadrat	Prilagojeni R kvadrat	Stand.napaka
0,427 ^a	0,18	0,17	0,86

Tabela 7.11: Linearna regresija za spremenljivke povezovalni socialni kapital, število prijateljev, spol, starost in poklicni status

R	R kvadrat	Prilagojeni R kvadrat	Stand.napaka
0,413 ^a	0,17	0,16	0,98

Tabela 7.12: Koeficienti regresijske analize

Model	Nestandardizirani koeficienti		Stand. Koeficient		
	B	Stand.napaka	Beta	t	Sig.
premostitveni s.k.	1,64	0,37		4,47	0,000
št.prijatelj	0,36	0,05	0,43	7,56	0,000
spol	0	0,11	0	0,01	0,99
starost	0,041	0,09	0,031	0,46	0,64
poklicni status	0,1	0,07	0,09	1,36	0,17

Tabela 7.13: Koeficienti regresijske analize

Model	Nestandardizirani koeficienti		Stand. Koeficient		
	B	Stand.napaka	Beta	t	Sig.
povezovalni s.k.	1,84	0,43		4,35	0,000
št.prijatelj	0,34	0,06	0,35	6,07	0,000
spol	0,35	0,12	0,16	2,83	0,01
starost	-0,211	0,1	-0,138	-2,06	0,04
poklicni status	0,09	0,08	0,07	1,08	0,28

Standardizirani regresijski koeficient za neodvisno spremenljivko velikost omrežja

Facebook-a ob signifikanci, manjši od 0,001, znaša približno 0,43 za premostitveni socialni kapital (glej Tabelo 7.12) in 0,35 za povezovalni socialni kapital (glej Tabelo 7.13), kar pomeni, da je ob izločitvi zunanjih vplivov vpliv omejene neodvisne spremenljivke na premostitveni za 43%, na povezovalni socialni kapital pa 35%. Tudi pri drugi hipotezi z manj kot 1% tveganjem zavrnem ničelno in sprejem osnovno hipotezo, se pravi, da velikost omrežja pozitivno vpliva na premostitveni socialni kapital.

8 UGOTOVITVE IN ZAKLJUČEK

Empirični ugotovitve kažejo, da je socialni kapital pozitivno povezan s spletnim socialnim omrežjem Facebook. Narejena analiza prikazuje uporabnika, ki je v povprečju star med 14 in 24 let in je študent oziroma vključen v izobraževanje. Na Facebook-u ima povprečno od 51 do 100 prijateljev, v povprečju se prijavlja dnevno in tako na teden v povprečju preživi od pol ure do 1 ure.

V povprečju se sodelujoči strinjajo, da je na Facebook-u malenkost več premostitvenega kot povezovalnega socialnega kapitala, kar je potrdilo že veliko raziskovalcev, saj spletna socialna omrežja zaradi primerne, poceni in preproste uporabe omogočajo gradnjo veliki mrež, tkane iz šibkih vezi, v katerih leži premostitveni socialni kapital.

Pri sklopu trditev za povezovalni socialni kapital so se sodelujoči v povprečju najbolj strinjali s trditvijo, da je na Facebook-u nekdo, s katerim se lahko pogovarjajo, ko so osamljeni. V povprečju so se dokaj strinjali tudi s tem, da je na Facebook-u nekdo, ki mu zaupajo pri reševanju vsakdanjih težav, nekdo, ki jim lahko svetuje pri pomembnih odločitvah, in nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjajo o intimnih težavah. V povprečju se sodelujoči najmanj strinjajo s trditvami, da je na Facebook-u nekdo, ki bi jim lahko v sili posodil 500 €, ali da bi celo svoj zadnji € delil z njimi. Iz tega je razvidno, da posamezniki v spletnem socialnem omrežju Facebook pridobijo emocionalno in vsebinsko oporo, ne pa tudi finančne. Med seboj se že poznajo, imajo podobno ozadje in bolj intimne odnose, vendar ne tako tesne kot z družino, ki bi jim praviloma zagotovila tudi finančno oporo.

Pri sklopu trditev, ki označujejo premostitveni socialni kapital, se je v povprečju največ sodelujočih strinjalo, da na Facebook-u vedno izvedo kaj novega, in da vidijo, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od njih. Omrežja s šibkimi družbenimi vezmi praviloma zagotovijo koristne informacije ali nove perspektive, saj povezujejo med seboj različne ljudi. V povprečju so se dokaj strinjali tudi s tem, da imajo preko Facebook prijateljev možnost spoznati nove ljudi, in da jih Facebook spominja, kako smo vsi na svetu povezani, kar je že v osnovi koncept spletnega socialnega omrežja. V povprečju so se najmanj strinjali, da na Facebook-u izvedo za dogodke iz vseh krajev sveta in da na Facebook-u ves čas spoznavajo nove ljudi. In čeprav naj bi v skladu z Resnickovo teorijo o spletnih socialnih omrežjih razmišljali kot o pomoči pri ustvarjanju povezav med ljudmi na

internetu, se ti, kot pravita Boyd in Ellison, raje povežejo z ljudmi, s katerim se že poznajo. Spletno socialno omrežje Facebook spodbuja tudi večje samo-razkritje, in kar je za nekatere prednost, je za druge lahko slabost.

V nadaljevanju preverim povezanost in se tako pridružim dejanskim študijam Ellisona, Royala in drugih, ki potrdijo statistično značilno povezanost med povezovalnim socialnim kapitalom in intenziteto uporabe ter med premostitvenim socialnim kapitalom in intenziteto uporabe spletnega socialnega omrežja, enako, kot pravita Škorič in Ying (2009), pa tudi povezanost med povezovalnim in premostitvenim socialnim kapitalom. Večja povezanost se sicer kaže med intenziteto uporabe in povezovalnim socialnim kapitalom, kjer največji vpliv pripisujem ravno pogostosti prijave. Večji vpliv na premostitveni kapital pa ima povprečna tedenska uporaba. Iz tega sledi, da pogostejše prijavljanje lahko privede do večjega povezovalnega kapitala, in več ur kot bomo preživeli v spletno socialnem omrežju, lahko to posledično privede do večjega povezovalnega socialnega kapitala.

Preverim tudi povezanost med socialnim kapitalom in velikostjo omrežja oz. številom prijateljev, ki je večja pri premostitvenem kot pri povezovalnem socialnem kapitalu, obe povezanosti pa sta statistično značilni. Pri obeh vrstah socialnega kapitala je znano, da se bo povečalo, če se bo povečalo omrežje. K temu je zagotovo pripomoglo spletno socialno omrežje, ker podpirajo svobodne družbene vezi, ki uporabnikom omogočajo, da ustvarijo in ohranijo večje, razpršene mreže, vendar večje socialno omrežje lahko pomeni veliko slabšo kakovost prijateljstva (Harmanci v Stevens Aubrey 2008). In ker že obstajajo jasni dokazi, da socialni kapital je v spletnih socialnih omrežjih, je večja slabost za tiste, ki niso registrirani in so tako na čedalje večjo škodo odrezani od eksplozije mrež in socialnega kapitala.

Potrebno pa je upoštevati dejstvo, da smo analizirali samo eno spletno socialno omrežje in da je bil vzorec nereprezentativen, tako ugotovitev ne morem posploševati na celotno spletno socialno omrežje Facebook ali druga spletna socialna omrežja, vendar na podlagi teorije lahko Facebook prepoznamo kot vzporednico novega vala družbene interakcije.

9 LITERATURA

- 1.) Acevado, Manuel. 2007. Network Capital: an Expression of Social Capital in the Network Society. *The Journal of Community Informatics* 3 (2). Dostopno prek: <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/267/317> (20. november 2009).
- 2.) Bottrell, Dorothy. 2009. Dealing With Disadvantage: Resilience and the Social Capital of Young People's Networks. *Youth Society* 40: 476. Dostopno prek: <http://yas.sagepub.com/cgi/content/abstract/40/4/476> (19. avgust 2010).
- 3.) Boyd, M. Danah in Nicole B. Ellison. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 11. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (19. avgust 2010).
- 4.) eBizMBA. 2010. *Top 15 Most Popular Social Networking Websites*. Dostopno prek: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> (26. september 2010).
- 5.) Ellison B., Nicole, Charlec Steinffield in Cliff Lampe. 2007. The Benefits od Facebook „Friends“: Social Capital and College Students` Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12: 1143-1168. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> (19. avgust 2010).
- 6.) Farr, James. 2004. Social capital: A Conceptual History. *Political Theory* 32 (6). Dostopno prek: <http://ptx.sagepub.com/cgi/content/abstract/32/1/6> (19. november 2009).
- 7.) Finsveen, Ellen in Wim van Oorschot. 2008. Access to Resources in Networks. A Theoretical and Empirical Critique of Networks as a Proxy for Social Capital. *Acta Sociologica* 51 (4): 293–307. Dostopno prek: <http://asj.sagepub.com/cgi/content/abstract/51/4/293> (19. september 2010).
- 8.) Frane, Adam in Borut Rončevič. 2003. *Socialni kapital v Sloveniji*. Ljubljana: Založba Sophia.

- 9.) Gaines J., Brain in Jeffery J. Mondak. 2008. *Typing Together? Clustering of Ideological Types in Online Social Networks*. University of Illinois. Dostopno prek: newpolcom.rhul.ac.uk/politics.../gaines_mondak_web2conf.pdf (20. september 2010).
- 10.) Glanville, Jennifer L. 2009. A Typology for Understanding the Connections Among Different Forms of Social Capital. *American Behavioral Scientist* 52 (11): 1507-1530. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com> (12. november 2009).
- 11.) ICA. 2009. *Everyday Internet Use, Online Social Capital and Social Movement Participation: A study on the Korean Protest against US Beef Imports in 2008*. New Orleans. Dostopno prek: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/9/9/3/7/p299377_index.html (20. september 2010).
- 12.) Iglič, Hajdeja. 1988. Ego - centrične socialne mreže. *Družboslovne razprave* 5 (6): 82–93. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr6Igllic> (19. november 2009).
- 13.) --- 2001. *Socialni kapital, socialna omrežja in politično vedenje: empirična študija*. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr37-38iglic.PDF> (19. november 2009).
- 14.) Larsen, Larissa, Sharon L. Harlan, Bob Bolin, Edward J. Hackett, Diane Hope, Andrew Kirby, Amy Nelson, Tom R., Rex in Shaphard Wolf. 2004. Bonding and Bridging : Understanding the Relationship between Social Capital and Civic Action. *Journal of Planning Education and Research* 24 (64). Dostopno prek: <http://jpe.sagepub.com/content/24/1/64> (10. september 2010).
- 15.) Leonard, Madeleine. 2004. Bonding and Bridging Social Capital: Reflections from Belfast. *Sociology* 38 (5): 927–944. Dostopno prek: <http://soc.sagepub.com/content/38/5/927> (5. september 2010).
- 16.) McNamara Horvat, Erin, Elliot B. Weininger in Annette Lareau. 2003. From Social Ties to Social Capital: Class Differences in the Relations Between Schools and Parent Networks. *American Educational Research Journal* 40 (319). Dostopno prek: <http://aer.sagepub.com/cgi/content/abstract/40/2/319> (20. november 2009).

- 17.) Pasek, Josh, Eian More in Daniel Romer. 2008. Realizing the Social Internet? Online Social Networking Meets Offline Social Capital. *Politics: Web 2.0: An International Conference*. New Political Communication Unit, University of London. Dostopno prek: www.stanford.edu/~jpasek/Josh_Pasek/...files/RealizeSocialInternetapa.pdf (20. september 2010).
- 18.) Prevodnik, Katja. 2008. *Merjenje socialnega kapitala*. Diplomsko delo: Ljubljana. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska/pdfs/Prevodnik-Katja.PDF> (12. november 2009).
- 19.) Ryan, Louise, Rosemary Sales, Mary Tilki in Bernadetta Siara. 2008. Social Networks, Social Support and Social Capital: The Experiences of Recent Polish Migrants in London. *Sociology* 42: 672. Dostopno prek: <http://soc.sagepub.com/cgi/content/abstract/42/4/672> (9. september 2010).
- 20.) Stern J., Michael in Alison E. Adams. 2010. Do Rural Residents Really Use the Internet to Build Social Capital? An Empirical Investigation. *American Behavioral Scientist* 53: 1389-1422. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/content/53/9/1389> (9. september 2010).
- 21.) Steinfield, Charles, Joan M. DiMicco, Nicole B. Ellison in Cliff Lampe, 2009. Bowling Online: Social Networking and Social Capital within the Organization. *C&T* junij: 25–27. Pennsylvania: University Park. Dostopno prek: portal.acm.org/citation.cfm?id=1556460.1556496 (20. september 2010).
- 22.) Stevens Aubrey, Jennifer, Chattopadhyay Sumana in Rill Leslie. 2008. Are Facebook Friends Like Face-to-Face Friends: Investigation Relations Between the Use of Social Networking Websites and Social Capital. *International Communication Association*. Dostopno prek: www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/3/2/1/8/p232185_index.html (10. september 2010).
- 23.) ToptenReviews. 2010. *Social Networking Websites Review*. Dostopno prek: <http://social-networking-websites-review.toptenreviews.com/> (10. september 2010).

- 24.) Tufekci, Zeynep. 2008. *Gender, Social Capital and Social Network(ing) Sites: Women Bonding, Men Searching*. Baltimore County: University of Maryland. Dostopno prek: www.allacademic.com/meta/p242696_index.html (20. september 2010).
- 25.) Škorić M., Marko in Deborah Ying. 2009. Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Political Participation in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (2): 414–433. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01447.x/abstract> (10. september 2010).
- 26.) Valand, Špela. 2009. *Analiza spletnega socialnega omrežja Myspace: Top Friends*. Diplomsko delo: Ljubljana. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska_dela_1/pdfs/mb11_valand-spela.pdf (20. november 2009).
- 27.) Valenzuela, Sebastian, Namsu Park in Kerk F. Lee. 2008. *Lesson from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students` Social Capital*. Submitted to the 9th International Symposium on Online Journalism Austin, Texas. April 4-5. Dostopno prek: <http://reportr.net/tag/facebook/> (20. december 2009).
- 28.) Williams, Kate. 2008. Social Network and Social Capital: Rethinking Theory in Community Informatics. *The Journal of Community Informatics* 4 (3). Dostopno prek: <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/465> (20. december 2009).
- 29.) Wellman, Barry. 1979. The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers. *American Journal of Sociology* 84: 1201-1231. Dostopno prek: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/eastyorkers/eastyorkers.pdf> (2. oktober 2009).
- 30.) Yuan, Y. Connie in Geri Gay. 2006. Homophily of Network Ties and Bonding and Bridging Social Capital in Computer-Mediated Distributed Teams. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 1062–1084. Dostopno prek: jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/yuan.html (20. september 2010).

31.) Zhang, Weiwu, Thomas J. Johnson, Trent Seltzer in Shannon L. Bichard. 2010. The Revolution Will be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. *Social Science Computer Review* 28: 75. Dostopno prek: <http://ssc.sagepub.com/content/28/1/75> (10. september 2010).

10 PRILOGI

Priloga A: Vprašalnik spletne ankete

Pozdravljeni!

Sem študentka Družboslovne informatike na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani.

V okviru diplomskega dela opravljam raziskavo na temo Socialni kapital v spletnih socialnih omrežjih (primer Facebook).

Prosim Vas za sodelovanje v kratki in anonimni anketi.

Vnaprej se Vam zahvaljujem za sodelovanje!

Darja Vogelник

Q1 - Prosim, da ocenite koliko posamezne trditve na temo Facebook prijateljev držijo ali ne držijo za vas.

Pri tem uporabite sledečo lestvico; 1- sploh ne drži, 2- delno ne drži, 3- niti ne drži, niti drži, 4- delno drži in 5- če to popolnoma drži.

	sploh ne drži	delno ne drži	niti ne drži, niti drži	delno drži	popolnoma drži
Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav.					
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah.					
Na Facebook-u ni nikogar, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah.					
Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a.					
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodil 500€.					
Facebook prijatelji, s katerim sem v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj.					
Facebook prijateljev ne poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega.					

Q2 - Prosim, da ocenite koliko posamezne trditve na temo spletnega socialnega omrežja Facebook držijo ali ne držijo za vas. Pri tem uporabite sledečo lestvico; 1- sploh ne drži, 2- delno ne drži, 3- niti ne drži, niti drži, 4- delno drži in 5- če to popolnoma drži.

	sploh ne drži	delno ne drži	niti ne drži, niti drži	delno drži	popolnoma drži
S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.					
Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.					
Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.					
Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.					
Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.					
Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.					
Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od mene.					

Q3 - Prosim, označite, kako pogosto se prijavljate v Facebook.

- manj kot vsak teden
- največkrat 1x na teden
- nekaj dni v tednu
- vsak drugi dan
- vsak dan
- večkrat na dan

Q4 - Prosim, označite koliko ste prejšnji teden v povprečju preživeli na Facebook-u?

- manj kot 10 minut
- 10 - 30 minut
- 31 - 60 minut
- 1 - 2 uri
- 2 - 3 ure
- več kot 3 ure

Q5 - Prosim, označite približno koliko prijateljev imate na Facebook-u.

10 ali manj

11 - 50

51 - 200

201 - 400

401 - 1000

1000 ali več

Q6 - Prosim, označite vaš spol.

moški

ženski

Q7 - Prosim, označite starost.

manj kot 13 let ali 13 let

od 14 do 24 let

od 25 do 35 let

od 36 do 46 let

od 47 do 57 let

več kot 58 let

Q8 - Prosim, označite vaš poklicni status.

učenec v osnovni šoli

dijak v srednji šoli

študent

zaposlen

nezaposlen

upokojen

Odgovorili ste na vsa vprašanja v tej anketi.

Hvala za sodelovanje!

Priloga B: Računalniški izpisi iz programa SPSS

Tabela B.1: Frekvenčna porazdelitev V1a

V1a: Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	62	23	23,2	23,2
	delno ne drži	12	4,5	4,5	27,7
	niti ne drži, niti drži	26	9,7	9,7	37,5
	delno drži	62	23	23,2	60,7
	popolnoma drži	105	39	39,3	100
skupaj		267	99,3	100	
Manjkajoči		2	0,7		
Skupaj		269	100		

Tabela B.2: Frekvenčna porazdelitev V1b

V1b: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	61	22,7	22,8	22,8
	delno ne drži	15	5,6	5,6	28,4
	niti ne drži, niti drži	34	12,6	12,7	41
	delno drži	64	23,8	23,9	64,9
	popolnoma drži	94	34,9	35,1	100
skupaj		268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.3: Frekvenčna porazdelitev V1c (rekodirano)

V1c_rec: Na Facebook-u je nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	50	18,6	18,6	18,6
	delno ne drži	25	9,3	9,3	27,9
	niti ne drži, niti drži	37	13,8	13,8	41,6
	delno drži	37	13,8	13,8	55,4
	popolnoma drži	120	44,6	44,6	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.4: Frekvenčna porazdelitev V1d

V1d: Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	33	12,3	12,3	12,3
	delno ne drži	8	3	3	15,2
	niti ne drži, niti drži	30	11,2	11,2	26,4
	delno drži	81	30,1	30,1	56,5
	popolnoma drži	117	43,5	43,5	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.5: Frekvenčna porazdelitev V1e

1e: Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodil 500€.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	97	36,1	36,2	36,2
	delno ne drži	24	8,9	9	45,1
	niti ne drži, niti drži	49	18,2	18,3	63,4
	delno drži	43	16	16	79,5
	popolnoma drži	55	20,4	20,5	100
skupaj		268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.6: Frekvenčna porazdelitev V1f

1f: Facebook prijatelji s katerim sem v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	86	32	32	32
	delno ne drži	38	14,1	14,1	46,1
	niti ne drži, niti drži	56	20,8	20,8	66,9
	delno drži	45	16,7	16,7	83,6
	popolnoma drži	44	16,4	16,4	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.7: Frekvenčna porazdelitev V1g (rekodirano)

1g_rec: Facebook prijatelje poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	25	9,3	9,3	9,3
	delno ne drži	42	15,6	15,6	24,9
	niti ne drži, niti drži	71	26,4	26,4	51,3
	delno drži	47	17,5	17,5	68,8
	popolnoma drži	84	31,2	31,2	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.8: Frekvenčna porazdelitev V2a

2a: S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	58	21,6	21,6	21,6
	delno ne drži	27	10	10	31,6
	niti ne drži, niti drži	77	28,6	28,6	60,2
	delno drži	90	33,5	33,5	93,7
	popolnoma drži	17	6,3	6,3	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.9: Frekvenčna porazdelitev V2b

2b: Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	72	26,8	26,8	26,8
	delno ne drži	43	16	16	42,8
	niti ne drži, niti drži	57	21,2	21,2	63,9
	delno drži	60	22,3	22,3	86,2
	popolnoma drži	37	13,8	13,8	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.10: Frekvenčna porazdelitev V2c

2c: Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	39	14,5	14,5	14,5
	delno ne drži	33	12,3	12,3	26,8
	niti ne drži, niti drži	44	16,4	16,4	43,1
	delno drži	95	35,3	35,3	78,4
	popolnoma drži	58	21,6	21,6	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.11: Frekvenčna porazdelitev V2d

2d: Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	51	19	19	19
	delno ne drži	35	13	13	32
	niti ne drži, niti drži	56	20,8	20,8	52,8
	delno drži	80	29,7	29,7	82,5
	popolnoma drži	47	17,5	17,5	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.12: Frekvenčna porazdelitev V2e

2e: Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	30	11,2	11,2	11,2
	delno ne drži	28	10,4	10,4	21,6
	niti ne drži, niti drži	48	17,8	17,8	39,4
	delno drži	88	32,7	32,7	72,1
	popolnoma drži	75	27,9	27,9	100
skupaj		269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.13: Frekvenčna porazdelitev V2f

2f: Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	20	7,4	7,4	7,4
	delno ne drži	19	7,1	7,1	14,5
	niti ne drži, niti drži	35	13	13	27,5
	delno drži	99	36,8	36,8	64,3
	popolnoma drži	96	35,7	35,7	100
	skupaj	269	100	100	
Manjkajoči		0	0		
Skupaj		269	100		

Tabela B.14: Frekvenčna porazdelitev V2g

2g: Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so drugačni od mene.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	sploh ne drži	25	9,3	9,3	9,3
	delno ne drži	14	5,2	5,2	14,6
	niti ne drži, niti drži	38	14,1	14,2	28,7
	delno drži	112	41,6	41,8	70,5
	popolnoma drži	79	29,4	29,5	100
	skupaj	268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.15: Frekvenčna porazdelitev pogostosti prijavljanja v Facebook

V3: Prosim, označite kako pogosto se prijavljate v Facebook.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	manj kot vsak teden	24	8,9	9	9
	največkrat 1x na teden	7	2,6	2,6	11,6
	nekaj dni v tednu	29	10,8	10,8	22,4
	vsak drugi dan	8	3	3	25,4
	vsak dan	63	23,4	23,5	48,9
	večkrat na dan	137	50,9	51,1	100
	skupaj	268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.16: Frekvenčna porazdelitev povprečne tedenske porabe časa v Facebook-u

V4: Prosim, označite koliko ste prejšnji teden v povprečju preživel na Facebook-u?

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	manj kot 10 minut	37	13,8	13,8	13,8
	10 – 30 minut	46	17,1	17,2	31
	31 – 60 minut	39	14,5	14,6	45,5
	1 – 2 uri	42	15,6	15,7	61,2
	2 – 3 ure	31	11,5	11,6	72,8
	več kot 3 ure	73	27,1	27,2	100
	skupaj	268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.17: Frekvenčna porazdelitev število Facebook prijateljev

V5: Prosim, označite približno koliko prijateljev imate na Facebook-u.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	10 ali manj	18	6,7	6,7	6,7
	11 – 50	19	7,1	7,1	13,8
	51 – 200	90	33,5	33,6	47,4
	201 – 400	94	34,9	35,1	82,5
	401 – 1000	38	14,1	14,2	96,6
	1000 ali več	9	3,3	3,4	100
	skupaj	268	99,6	100	
Manjkajoči		1	0,4		
Skupaj		269	100		

Tabela B.18: Sestava anketirancev po spolu

V6: Prosim, označite vaš spol.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	moški	105	39	39,5	39,5
	ženska	161	59,9	60,5	100
	skupaj	266	98,9	100	
Manjkajoči		3	1,1		
Skupaj		269	100		

Tabela B.19: Sestava anketirancev po starosti

V7: Prosim, označite starost.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	manj kot 13 let ali 13 let	2	0,7	0,7	0,7
	od 14 do 24 let	143	53,2	53,6	54,3
	od 25 do 35 let	96	35,7	36	90,3
	od 36 do 46 let	22	8,2	8,2	98,5
	od 47 do 57 let	4	1,5	1,5	100
	skupaj	267	99,3	100	
Manjkajoči		2	0,7		
Skupaj		269	100		

Tabela B.20: Sestava anketirancev po poklicnem statusu

V8: Prosim, označite vaš poklicni status.

		Frekvenca	Odstotki	Veljavni	Kumulativa
Veljavni	učenec v osnovni šoli	6	2,2	2,2	2,2
	dijak v srednji šoli	32	11,9	11,9	14,2
	študent	127	47,2	47,4	61,6
	zaposlen	87	32,3	32,5	94
	nezaposlen	14	5,2	5,2	99,3
	upokojen	2	0,7	0,7	100
	skupaj	268	99,6	100	
	Manjkajoči		1	0,4	
Skupaj		269	100		

Tabela B.21: Nerotirane faktorske uteži

	Komponenti	
	1	2
Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav.	0,72	0,47
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah.	0,74	0,47
Na Facebook-u je nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah.	0,45	0,45
Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a.	0,73	0,28
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodil 500€.	0,51	0,57
Facebook prijatelji s katerim sem v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj.	0,5	0,43
Facebook prijatelje poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega.	0,34	0,31
S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.	0,51	-0,26
Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.	0,46	-0,6
Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.	0,67	-0,4
Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.	0,62	-0,44
Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.	0,59	-0,53
Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.	0,72	-0,29
Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so druga ni od mene.	0,59	-0,42

Tabela B.22: Rotirane faktorske uteži

	Komponenti	
	1	2
Na Facebook-u je nekdo, ki mu zaupam pri reševanju vsakdanjih težav.	0,2	0,84
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko svetuje pri pomembnih odločitvah.	0,21	0,85
Na Facebook-u je nekdo, s katerim se sproščeno pogovarjam o intimnih težavah.	0,02	0,64
Na Facebook-u je nekdo, s katerim se lahko pogovarjam, ko sem osamljen/-a.	0,34	0,7
Na Facebook-u je nekdo, ki mi lahko v sili posodil 500€.	-0,03	0,77
Facebook prijatelji s katerim sem v stiku, bi svoj zadnji € delili z menoj.	0,07	0,66
Facebook prijatelje poznam dovolj dobro, da bi zame naredili kaj pomembnega.	0,04	0,46
S Facebook-om si lahko pomagam do zaposlitve.	0,55	0,16
Na Facebook-u ves čas spoznavam nove ljudi.	0,75	-0,12
Facebook-a me spominja, da smo vsi na svetu povezani.	0,76	0,17
Na Facebook-u izvem za dogodke iz vseh krajev sveta.	0,75	0,11
Preko Facebook prijateljev imam možnost spoznati nove ljudi.	0,79	0,02
Na Facebook-u vedno izvem kaj novega.	0,72	0,28
Na Facebook-u vidim, kako razmišljajo ljudje, ki so druga ni od mene.	0,71	0,1