

Erozija hipertekstovne etike med avtorji spletnih mest

POVZETEK: Članek izhaja iz predpostavke, da ideja hiperteksta kot ideja specifičnega načina organizacije informacij v nelinearnem, decentraliziranem sistemu medsebojno povezanih besedilnih delov, na osnovi katere se je razvila tehnologija svetovnega spleta, implicira plemenite družbene spremembe v smeri spreminjanja procesov zaznave in mišljenja, demokratizacije družbe, spodbujanja medsebojnega sodelovanja in nenazadnje učinkovitejše racionalizacije človeškega znanja. Ob predpostavljenih družbeno koristnih potencialih hiperteksta članek izpostavi vprašanje, v kolikšni meri se lahko hipertekst sploh ohrani v svetovnem spletu. V zvezi s tem se osredotoča na specifični, a izjemno pomemben dejavnik – avtorje spletnih mest. Narava tehnologije svetovnega spleta je neposredno odvisna od njenih sestavnih delov, spletnih mest, o njihovi vsebini pa odločajo avtorji, ki so v svojem delovanju v veliki meri neomejeni. Svetovni splet lahko odseva ideje hiperteksta le, če avtorji sledijo določenim pravilom, ki jih definiramo v okviru t.i. etike hiperteksta. Ponujen je teoretski vpogled v mehanizem družbene konstrukcije delovanja, ki izpolnjuje etiko hiperteksta, preko metodoloških korakov - konceptualizacije in operacionalizacije - pa tudi izčrpen empirični vpogled. V metodološkem okviru je ponujen pojasnjevalni teoretski model hipertekstovnega delovanja kot delovanja, ki sledi etiki hiperteksta. V njem nastopajo pojmi hipertekstovnost delovanja, zaznava norme hipertekstovnega delovanja, zaznava ekspertne legitimizacije, prepričanje o pozitivni vlogi hiperteksta in anonimnost delovanja. Na osnovi definicij pojmov so bili izoblikovani indikatorji, podatki pa so bili zbrani s pomočjo spletne ankete od aprila do junija, 2002. Po uporabi kompleksnega postopka za nabiranje anketirancev je bilo za empirične analize ustreznih približno 1000 enot oziroma individualnih (slovenskih) avtorjev spletnih mest. Na teh podatkih je bil s programom LISREL preverjen pojasnjevalni model hipertekstovnega delovanja, ki se izkaže za veljavnega. Čeprav je etika hiperteksta zgolj latentno prisotna, pa ima dobro družbeno osnovo, saj ljudje v relativno veliki meri delujejo v skladu z njo. Posamezniki sicer uporabljajo svoja spletna mesta za zadovoljevanje lastnih potreb, a presenetljivo kažejo veliko poslušna za ohranjanje hiperteksta v svetovnem spletu.

KLJUČNE BESEDE: hipertekst, svetovni splet, etika hiperteksta, avtorji spletnih mest, normativno delovanje, spletna anketa, linearni strukturni model

1. Uvod

Tehnologija svetovnega spleta je v izjemno kratkem času posegla na števila družbena področja, pri čemer skorajda ni sporno, da - v dinamičnem procesu vzajemnega prilagajanja in vplivanja v odnosu do družbe - sproža številne negativne in pozitivne

učinke. Kljub prisotnosti opozoril, da bo nova tehnologija le še poglobljala družbene probleme, med drugim sprožala odtujenost (Kraut *et al.* 1998), dodatno pasivizirala posameznika na potrošnika (Mosco 2000; Touraine 1995), razkrajala družbene osnove sebstva (Giddens 1991; Kolko in Reid 1998), pa se zdi, da so v okviru študij interneta in svetovnega spleta prisotne pretežno optimistične vizije. Če se omejimo na učinke na nivoju posameznika, prednjačijo razprave o novih možnosti politične participacije (Oblak 2001), emancipacije (Baym 1998; Turkle 1995) in sodelovanja (Kollock 1999). Te možnosti izvirajo predvsem iz specifične narave računalniško posredovanega komuniciranja in univerzalne dostopnosti informacij. V zanemarljivi meri pa se razprave o pozitivnih učinkih nove tehnologije osredotočijo na učinke lastnosti, ki je po mnenju številnih avtorjev (Berners-Lee 1999; Bolter 2000; Kirschenbaum 2000; Nelson 1965/1999; Shields 2000) ključna značilnost svetovnega spleta – hiperteksta.

Tehnologija svetovnega spleta izvira iz ideje hiperteksta, ki označuje specifičen način urejenosti informacij v nelinearnem, decentraliziranem sistemu medsebojno povezanih besedilnih delov (Nelson 1965/1999; Landow 1997). Hipertekst naj bi, tako dokazujejo avtorji s številnih različnih raziskovalnih področij, omogočal temeljito družbeno spremembo, ki jo nekateri (npr. Deibert 1997; Nelson 1990) primerjajo celo z izumom pisave ali tiska.

V nadaljevanju bo natančneje predstavljena ideja hiperteksta, skupaj z anticipiranimi družbenimi učinki, vendar bo ta razprava omejena, ker se nahaja osrednji namen prispevka drugje. Ob predpostavljani družbeni koristnosti hiperteksta, je ključno vprašanje, v kolikšni meri se lahko hipertekst v svetovnem spletu sploh lahko ohranja. Osredotočil se bom na specifični, a bistveni dejavnik v tem procesu – tvorce spletnih mest¹. Dejstvo je, da svetovni splet v končni instanci ni nič drugega kot sklop posamičnih spletnih mest. Ob odsotnosti kontrolnih mehanizmov je hipertekstovna narava svetovnega spleta odvisna predvsem od tega, v kolikšni meri delujejo tvorca v skladu s t.i. “etiko hiperteksta”. V prispevku se zato osredotočam na nivo individualnega delovanja, na teoretično in empirično razsežnost vprašanja, v kolikšni meri in zakaj nekateri avtorji vzpostavljajo s svojih spletnih mest, na katerih ponujajo svoja znanja, ideje in mnenja, logične in asociativne² povezave na druga spletna mesta. Povezava med besedilnimi deli je namreč ključni element hiperteksta (Landow 1997) in dokler obstajajo povezave med spletnimi mesti, lahko govorimo o svetovnem spletu kot hipertekstu. Ko postanejo spletna mesta podobna televizijskim programom ali nakupovalnim središčem (Mosco 2000), svetovni splet izgubi svojo enkratno značilnost.

2. Hipertekst

2.1 Nastanek ideje hiperteksta

Ideja hiperteksta je prvič dokumentirana konec druge svetovne vojne, ko Bush (1945) ponudi shemo elektro-optičnega stroja, ki bi omogočal specifičen način organizacije informacij, v katerem bi bili posamični mikrofilmi med seboj povezani. Tovrstni informacijski sistem bi ustrežal načinu delovanja človeških misli in s tem omogočal hitrejši in

učinkovitejši dostop do informacij v primerjavi s klasičnimi hierarhičnimi sistemi (Bush 1945). Bush je s svojimi idejami neposredno vplival na Nelsona, računalniškega programerja, ki je leta 1962 prvi uporabil pojem hiperteksta za oznako literarnega orodja, ki na osnovi sistema povezav in vzvratnih povezav med besedilnimi deli omogoča nezaporeden način zapisa misli (Bardini 1997). Nelson je zasnoval futuristični projekt Xanadu, v katerem bi bilo vso človeško znanje zapisano v hipertekstu, vendar mu projekta ni uspelo realizirati (Berners-Lee 1999; Nelson 1965/1999).

V šestdesetih se je z idejo hiperteksta ukvarjal tudi Engelbart, ki je zasnoval in realiziral projekt NLS (oN-Line System), prvi računalniški sistem, ki je odseval ideje hiperteksta (Bardini 2000). Kasneje, predvsem v 80-ih, je nastalo nekaj samostojnih hipertekstovnih informacijskih sistemov kot vrste elektronskih dokumentov, v katerih so informacije shranjene v obliki besedilnih delov in povezav med njimi (Gygi 1990; Kirschenbaum 2000; Landow 1997). Z nastankom in izjemnim razvojem svetovnega spleta, ki je temeljil na ideji hiperteksta, pa se je bistveno povečalo tudi zanimanje za hipertekst.

2.2 Družbene implikacije hiperteksta

Ključne značilnosti hiperteksta v primerjavi s klasičnimi hierarhičnimi informacijskimi sistemi so a) *decentraliziranost* kot odsotnost središčne osi organizacije besedilnih delov, kjer nobeden element ne more uživati središčnega položaja (Landow 1997), b) *nonlinearnost*, ki označuje številčnost poti med besedilnimi deli, ki jim uporabnik sledi na svojevrsten način; celoten dokument ima številne vhodne in izhodne točke in c) *večglasna dinamičnost* (Landow 1997) kot možnost sodelovanja številnih avtorjev, ki z dodajanjem svojih besedil nenehno spreminjajo naravo celotnega dokumenta. Vendar pa hipertekst kljub temu, da je v strogem pomenu besede zgolj način upravljanja informacij, pogosto sproža predvidevanja glede dolgoročnih družbenih učinkov, tako znotraj področja informacijskih sistemov, kakor tudi znotraj številnih drugih raziskovalnih področij.

Predvsem s širitvijo svetovnega spleta so se z učinki hiperteksta začeli ukvarjati tudi raziskovalci iz različnih disciplinarnih področij (npr. Bolter 2000; Deibert 1997; Kirschenbaum 2000; Landow 1997; Ryan 1999). Med učinki, ki jih ti avtorji izpostavljajo, prednjačijo naslednji:

- a) Spreminjanje procesov zaznave in mišljenja: Besedila v hipertekstu so organizirana na asociativni način, ki zrcali naravno strukturo jezika in je blizu delovanju človeških možganov (Landow 1997; Nelson 1990). Hipertekst je boljše kot tradicionalne tehnike pisanja prilagojen spontanemu miselnemu toku, ker omogoča rast idej v fraktalnih vzorcih, omogoča številne asociacije, preskoke med idejami, pri čemer uporabniku ni potrebno zadušiti svojih izbruhov inspiracije in jih ukloniti neki splošno sprejeti argumentativni ali narativni liniji (Ryan 2000). Medtem ko poststrukturalisti govorijo o medbesedilnosti kot latentni pojmovni umeščenosti nekega besedila v kompleksna omrežja kulturnih reprezentacij (Allen 2000), pa hipertekst dejansko manifestira medbesedilnost na način fizične in logične umeščenosti besedila v omrežje sorodnih besedil. S tem hipertekst po eni strani omogoča učinkovito hranjenje človeškega znanja, po drugi strani pa s številnimi povezavami uporabniku omogoča

odkrivanje inovativnih povezav med pojmi. Nekateri avtorji (npr. Deibert 1997; Jones in Spiro 1995) menijo, da hipertekst tako dviguje nivo abstraktnega mišljenja, razbija navajene načine razumevanja, povečuje človeško ustvarjalnost, še posebej pa je učinkovit v učnem procesu, ker spodbuja sintetično mišljenje. Hipertekst spodbuja razmišljanje s tem, ko proces branja ni več le potrošnikovo bežno srečanje z izoliranim besedilom, v katerem konzumira pomen, ki si ga je zamislil avtor, temveč se pomen besedila oblikuje dinamično tudi na strani posameznika, ki izkuša besedilo nekega avtorja v širšem kontekstu sorodnih besedil.

- b) Demokratizacija: Uporabnik izbira lastno pot branja besedila in je osvobojen od vnaprej določenih pomenov, ideologij in avtoritet (Landow 1997; Ryan 2000). Izkušnja branja ni več omejena na modernistične pojme središča, robov, hierarhije, avtoritete. Bralec prostovoljno izbira poti branja skozi besedilne dele, na vsakem koraku se odloči glede številnih možnih poti branja. S tem, ko hipertekstovni sistem omogoča bralcu, da sam izbere svoj center raziskovanja ali izkušnje (Mitra in Cohen 1999), se sproža “demokratizacija diskurzivnega izkustva, kjer noben tekst ne more biti bolj centralen od drugega” (Landow 1997:37). Bračeva izbira besedilnih delov je rezultat njegovih odločitev, enkratni produkt, in pomen, ki izvira iz te izkušnje, je v veliki meri neodvisen od avtorja (Landow 1997). Še več, ker se v elektronskem povezovanju celotno besedilo nekega avtorja razprši med besedila drugih avtorjev, individualni deli izgubijo svojo fizično in intelektualno ločitev od drugih (Landow 1997), s tem pa je omogočena osvoboditev od ideologij. Zaradi povezanosti različnih informacij je omogočeno preseganje meja posamičnih besedil, žanrov in disciplin (Landow 1997). Tabbi (2000) ugotavlja, da tehnologija tiska tega sicer ne preprečuje, vendar pa tudi ne spodbuja na način kot to omogoča hipertekst.
- c) Spodbujanje medsebojnega sodelovanja: Večglasna dinamičnost pomeni, da je vsakemu uporabniku omogočeno, da postane avtor svojega besedila in ga logično smiselno ali na povezavi asociacij umesti v prostor besedil drugih avtorjev. Avtor se nanaša na besedila drugih avtorjev, objavlja svoje ideje, komentarje, ocene, povezave in kakršnekoli druge vrste besedila. Pri tem se lahko oblikuje kooperativni odnos med udeleženci, ne glede na njihove družbene vloge in položaje (Nelson 1990). Zaradi medsebojne povezanosti tekstov in spremenjene vloge bralca hipertekst spodbuja skupno delovanje glede neke tematike (Engelbart, v Bardini 2000:39) Avtor tvori besedilo in smiselne povezave na druga besedila v omrežju hiperteksta, s tem pa avtomatično sodeluje na temah, ki jih ti dokumenti izpostavljajo.

2.3 Hipertekst in svetovni splet

Tim Berners-Lee je zasnoval tehnologijo svetovnega spleta na osnovi idej hiperteksta, pri čemer je želel ustvariti neke vrste globalni hipertekst - od računalniške platforme neodvisen večuporabniški sistem globalnega dosega, v katerega naj bi uporabniki uvrščali svoja besedila in povezave (Berners-Lee 1990, 1996, 1999). Natančneje naj bi bil svetovni splet

“globalno omrežje dokumentov, med katerimi obstajajo povezave, na podoben način obstajajo reference v člankih [...] V informacijskem sistemu, ki bi vseboval vozlišča in

povezave, lahko vozlišča pomenijo ljudi, programske module, skupine, projekte, pojme, dokumente in strojne objekte, medtem ko lahko povezave pomenijo odvisnost, pripadnost celoti, nanašanje, uporabo in primerjavo" (Berners-Lee 1990:6).

Kakor pa nas opozarja sociologija tehnologije (npr. Westrum 1991; Bijker *et al.* 1987), se funkcija, ki jo nekemu naboru tehnik pripišejo njeni tvorci, avtomatično ne realizira, ko tehnologija vstopi v družbo. V zasnovi svetovnega spleta prisotna ideja o globalnem skladišču človeškega znanja, ki bi na osnovi specifične organiziranosti prinesel pomembne družbene spremembe, še ne pomeni, da bo svetovni splet v družbi dejansko to vlogo tudi odigral. Kakor vsaka tehnologija v družbi je tudi svetovni splet pod vplivom številnih družbenih akterjev pridobil različne funkcije, ki bolj ali manj odstopajo od izvirne ideje. Svetovni splet je v zelo kratkem času posegel na številna področja človeškega življenja, s tem pa se je povečalo število družbenih akterjev, ki povratno vplivajo na naravo tehnologije. Še posebej družbeni akterji, ki razpolagajo s politično in ekonomsko močjo, privzamejo tehnologijo na način, ki jim najbolj ustreza (Bijker *et al.* 1987).

Svetovni splet je v odnosu do izvirne ideje hiperteksta po eni strani dopolnjujoč, po drugi strani pa obstajajo številna opozorila, da hipertekst izginja iz svetovnega spleta. Globalnost svetovnega spleta je specifična značilnost, ki vnaša v hipertekst novo razsežnost, ki poprej ni bila mogoča, saj so bili hiperteksti relativno izolirani informacijski sistemi, ki so se distribuirali prek disket ali CD-ROM-ov. Svetovni splet na ta način postaja skladišče medsebojno povezanih informacij s celega sveta, resnično globalni dokument vseh dokumentov, ki zaradi svoje urejenosti in načina vključevanja novega znanja omogoča racionalizacijo človeškega znanja. Vsak uporabnik ima možnost, da na obstoječa besedila poda svoj komentar, doda svoje ideje in znanje, skupaj s povezavami ter jih objavi v obliki svojega spletnega mesta. Vse tovrstne dejavnosti so relativno trajno zapisane in omogočajo drugim uporabnikom, da gradijo na že obstoječih znanjih in idejah ter povezavah med njimi.

Kot že rečeno, pa so obeti razvoja svetovnega spleta tudi bolj črnogledi, predvsem ob naslonitvi na procese komercializacije, ki reducirajo hipertekst na izolirana spletna mesta, uporabnike pa na pasivne potrošnike. Nekateri avtorji (Bieber *et al.* 1997; Kirschenbaum 2000; Mosco 2000) izražajo bojazen, da bo svetovni splet poplavila množica komercialnih akterjev, ki onemogočajo obstoj svetovnega spleta kot hiperteksta. Uporabnik interneta je za te avtorje pasiven potrošnik njihovih storitev in produktov, medtem ko povezave, če že obstajajo, prevzemajo vlogo oglaševanja. Pesimizem se še poveča ob ugotovitvi, da je ena od osrednjih nalog Konzorcija W3C³ zagotavljanje varnega prenosa podatkov, kar je ravno ena od ključnih ovir v invaziji elektronskega nakupovanja. Res pa je tudi, da Konzorcij W3C razvija tudi postopke za boljšo semantično prepoznavo spletnih mest, kar bo omogočalo ločitev informacijskega, morda tudi hipertekstovnega dela svetovnega spleta od ostalih, med drugim tudi od komercialnega dela.

Kljub številnim kompleksnim družbenim procesom, ki vplivajo na tehnologijo svetovnega spleta, pa je za ohranitev hiperteksta v svetovnem spletu ključnega pomena - kakor nakazuje že predhodni odstavek - narava delovanja posamičnih tvorcev spletnih mest.

2.4 Avtorji spletnih mest in etika hiperteksta

Hipertekst se lahko v svetovnem spletu v končni instanci ohrani le, če posamični avtorji spletnih mest delujejo na ustrezen način. Svetovni splet in posamična spletna mesta so v funkcionalnem odnosu celote in delov. V kolikšni meri bo svetovni splet ohranjal lastnost globalnega hiperteksta, zavisi od lastnosti spletnih mest, oziroma od tega, ali bodo avtorji na svojih spletnih mestih objavljali svoja znanja, mnenja in ideje ter smiselne povezave na druga spletna mesta.

To je seveda zelo problematična zahteva, če upoštevamo ugotovitve, da je internet anarhično področje, kjer vsakdo počne, kar mu prija in kjer so skorajda odsotna pravila delovanja. S tem posegamo na področje etičnosti delovanja, ki je v okviru aktivnosti na internetu sicer relativno pogosto tematizirano, le izjemoma pa v odnosu do delovanja avtorjev spletnih mest. Kmalu po začetnem razmahu svetovnega spleta in spremljajočih interaktivnih tehnologij, so se pojavile težnje po uveljavitvi določenih standardov delovanja, ki bi preprečevali specifična tveganja in težave, ki jih predstavlja ta nova platforma delovanja. Že leta 1995 je delovna skupina RUN (Responsible Use of Network) v okviru organizacije IETF (Internet Engineering Task Force), ki skrbi predvsem za tehnične vidike standardizacije internetnih aktivnosti, oblikovala dokument z naslovom "Netiquette Guidelines" (Hambridge 1995). Dokument "internetne etike" vključuje neformalna navodila, ki naj bi jih upoštevale organizacije in posamezniki, ko delujejo na internetu – kot komunikatorji v sinhronih in asinhronih forumih, kot sistemski administratorji in kot moderatorji. V okviru navodil za sistemske administratorje lahko odkrijemo tudi nekaj specifičnih napotkov za avtorje spletnih mest⁴, vendar se ti neposredno ne nanašajo na vzpostavljjanje spletnih povezav.

Kasneje se je razprava o etiki interneta reducirala na navodila glede delovanja v internetnih interakcijskih kontekstih, kar jasno kaže deset temeljnih načel internetne etike Inštituta za internetno etiko (Rinaldi 1998). Težnje k standardizaciji delovanja specifičnih komunikatorjev – avtorjev spletnih mest - so iz razprav pretežno izostale. Eksplicitna navodila ponujajo le ponudniki internetnih storitev, lastniki spletnih strežnikov, ki določajo pravila uporabe, vezana predvsem na splošne zakone (npr. o zaščiti avtorskih pravic). Glede oblikovanja spletnih mest sicer obstaja precejšnje število priročnikov, nasvetov in navodil, vendar so ti pretežno omejeni na tehnične vidike oblikovanja, manj pa na vsebinski vidik oz. vidik vzpostavljjanja povezav.

O etiki spletnega objavljanja govori izjemoma Demarest (1996), ki izpostavlja težave, do katerih pride v spletnem objavljanju, v primerjavi s tradicionalnimi načini objavljanja, in kot rešitev ponudi model etičnega objavljanja v svetovnem spletu. Ta model bi pripomogel k reševanju problema verodostojnosti spletnih virov (Demarest 1996), ne bi pa prispeval k ohranitvi hiperteksta v svetovnem spletu. Kvaliteta informacij je predpogoj obstoja hiperteksta, zagotovljeno pa mora biti še vzpostavljjanje povezav.

Eksplicitne vzpodbude k vzpostavljjanju povezav na druge spletne vire so tako pretežno odsotne, a bi po mojem prepričanju morale obstajati. Kakor sem že ugotavljal, lahko hipertekst prispeva k družbeni dobrobiti in je nenazadnje tudi vitalnega pomena za učinkovit dostop do kvalitetnih informacijskih virov, saj pomembnejši spletni iskalci

razvrščajo priklicana spletna mesta ravno glede na način njihove povezanosti (Brin in Page 1998; Chakrabarti *et al.* 1998). Zaradi teh razlogov predlagam, da se uvede pojem *etika hiperteksta*, ki je sistem pravil delovanja avtorjev spletnih mest z namenom, da se ohrani hipertekst v svetovnem spletu. Natančneje to pomeni, da mora avtor:

- pred objavo svojega spletnega mesta pregledati omejen nabor drugih spletnih mest, ki se navezujejo na teme, ki jih želi avtor predstaviti;
- objaviti besedilo v skladu z etiko objavljanja v svetovnem spletu (Demarest 1996);
- vzpostaviti povezave na predhodno pregledana spletna mesta, ki so na logično smiselni ali asociativni način povezana z vsebino avtorjevega spletnega mesta.

Etika hiperteksta je vsekakor problematičen pojem, ki naj po eni strani služi predvsem kot osnova za nadaljnjo razpravo, po drugi strani pa ga v prispevku uporabljam kot kriterij za analizo delovanj avtorjev spletnih mest. Zanima nas namreč, v kolikšni meri, če sploh, delujejo avtorji v skladu s tako opisano etiko hiperteksta (delovanje, ki je skladno z etiko hiperteksta imenujmo hipertekstovno delovanje) in zakaj.

Danes ima lahko spletno mesto praktično vsakdo, od posameznikov, klubov, neformalnih organizacij, društev do podjetij, družbenih organizacij in vladnih institucij. Ti lahko - ob odsotnosti kontrolnih mehanizmov - uporabijo tehnologijo izključno kot orodje za izpolnitev svojih ciljev, kljub temu pa se zdi, da nekateri akterji zaznavajo neke vrste zaželenost vzpostavljanja povezav in delujejo kooperativno, kar nam pokaže že bežen pogled na naključen vzorec spletnih mest. Z drugimi besedami, nekateri avtorji ne delujejo povsem egoistično, čeprav jim je to omogočeno. Razloge gre iskati v družbeni konstrukciji njihovega delovanja, ki ustreza etiki hiperteksta, kar skušamo v nadaljevanju še dodatno utemeljiti in empirično preveriti. Potrebno pa je opozoriti, da bomo pri pojasnjevanju delovanja avtorjev spletnih mest zanemarili relevantno dejstvo, da je leto pogosto določeno s pripadnostjo nekemu družbenemu kolektivu. Predvidevam namreč, da je konkretno hipertekstovno delovanje posameznikov rezultat splošnejše družbene konstrukcije tega delovanja in ne pripadnosti kakemu specifičnemu družbenemu kontekstu.

3. Hipertekstovno delovanje avtorjev spletnih mest

3.1 Družbena konstrukcija hipertekstovnega delovanja

Da se lahko vrednotna izhodišča etike hiperteksta implementirajo v orientacije delovanja, mora hipertekstovno delovanje pridobiti status družbenega dejstva. Družbena dejstva "obstajajo kot od posameznika neodvisni načini delovanja, razmišljanja in občutenja" (Durkheim 1982:51), ki so opremljeni z zavezujočo, normativno močjo, preko katere se ti načini delovanja, razmišljanja in občutenja vcepijo v posameznika, če to želi ali ne (Durkheim 1982). Posameznik deluje v skladu z normami, ki jih nalagajo družbena dejstva, ker:

- a) so s prestižem obdarjene reprezentacije kolektivnih načinov delovanja "predrle njegovo zavest" (Durkheim 1982:100). Ti načini delovanja posedujejo normativno moč, ko uživajo določeno soglasje udeležencev, da regulirajo probleme delovanja v

njihovo skupno korist (Habermas 1984), tako da jim posamezniki pripisujejo status superiornosti in neizogibnosti;

- b) jih spremljajo sankcije morebitnega odstopanja od njih. Sankcije so na voljo kolektivni zavesti, ki nadzira posameznikovo delovanje in ga v primeru odstopanja javno obsoja, skozi vzpostavljanje socialne distance, smeha in sramu (Durkheim 1982).

3.1.1 Kolektivna reprezentacija hipertekstovnega delovanja in njena razpršenost

Hipertekstovno delovanje se kaže kot družbeno dejstvo v obliki spletnih mest, ki ustrezajo etiki hiperteksta. V začetnem obdobju svetovnega spleta, pred intenzivnim vdorom komercialnih akterjev, so bili avtorji spletnih mest pretežno ponudniki informacij iz znanstveno raziskovalnih, akademskih in vladnih institucij. Ti so v veliki meri delovali v skladu z etiko hiperteksta - objavljali so informativna spletna mesta s članki, dokumentacijami projektov in drugimi besedili ter povezavami na spletna mesta s podobnimi temami. Zaradi homogenosti kolektivnih reprezentacij delovanja, ki sledi etiki hiperteksta, je hipertekstovno delovanje kot družbeno dejstvo pridobilo status objektivne resničnosti in predrlo individualne zavesti uporabnikov. Če si sposodimo Berger in Luckmannovo (1966) terminologijo, lahko rečemo, da se avtorji v svetovnem spletu identificirajo z družbeno objektiviranimi tipiziranimi delovanja, ki so zaznani kot normalni, zavezujoči načini ravnanja. Ob predpostavki, da je informiranje in vzpostavljanje povezav zaznano kot normalni način delovanja, avtorji reproducirajo hipertekstovno delovanje - sprva ga ponotranjijo, nato pa ga objektivizirajo in eksternalizirajo v obliki (lastnega) spletnega mesta, ki sledi etiki hiperteksta.

Enotnost kolektivnih reprezentacij se je s prihodom novih in drugače usmerjenih akterjev, ki niso imeli namena hipertekstovno informirati, razpršila, s čimer se je zmanjšala tudi zavezujoča moč hipertekstovnega delovanja - kot normalnega, zaželenega delovanja v svetovnem spletu. Manj kot je objektivno hipertekstovno delovanje prisotno in več kot je objektiviziranih drugih vrst delovanj, bolj bo izkušnja naključnih uporabnikov svetovnega spleta raznolika. Zaradi tovrstne odsotnosti konsenzualnosti na nivoju objektivnih načinov delovanja pa načelno zagotovilo superiornosti hipertekstovnega delovanja izgubi svojo praktično osnovo. Kljub temu menim, da slika (glede zmanjševanja hipertekstovnega delovanja) vendarle ni tako črna in, da obstajajo razlogi, zaradi katerih se družbene osnove za normativno moč delovanja, ki sledi etiki hiperteksta, še niso povsem razkrojile.

Čeprav so danes spletna mesta objektivizacije zelo različnih vrst delovanj, je za posameznikovo zaznavo normalnega ravnanja pomembna predvsem njegova izkušnja svetovnega spleta. Iskanje informacij je eno najpogostejših opravil uporabnikov svetovnega spleta in povezave se v svetovnem spletu še vedno intenzivno prisotne. S tega vidika je v določeni meri še smiselno govoriti o zaznanem konsenzu glede družbeno koristne vloge svetovnega spleta kot informacijskega sistema, katerega enkratna značilnost so povezave. Akter, ki se odloči postati avtor spletnega mesta, zaznava določen pritisk k upoštevanju tega konsenza. Normativna moč hipertekstovnega delovanja je še dodatno ojačana v primeru, ko je le-to legitimizirano s strani ekspertne avtoritete.

Posamezniki ne izberejo določenih ravnanj zato, ker rezultirajo v uspešni zadovoljitvi njihovih osebnih potreb, temveč zato, ker so opredeljena kot pravilna s strani ekspertov (Berger in Luckmann 1966). Svetovni splet je bil s strani ekspertov zasnovan kot hipertekst, torej kot informacijski sistem, katerih posamični besedilni deli so medsebojno povezani informacijski viri.

Glede na to, da etika hiperteksta obstaja predvsem kot predpostavljene, latentni nabor navodil, ki naj bi se jih avtorji spletnih mest držali, in ni ustrezno eksplicirana s strani relevantnih avtoritet, je nujno potrebno omeniti razkorak med idejo in resničnostjo, na kar je opozarjal že Weber (v Habermas 1984: 190). Ločiti je namreč potrebno idealni pomen norme in njen dejanski vpliv na vedenje. V zvezi s tem opažamo fenomen, ki ga lahko imenujemo *izpraznjenje etike hiperteksta* - avtorji objavljajo spletna mesta, ki so praktično brez vsebine in vključujejo le nabor številnih povezav, ki niso nujno logično smiselna ali asociativna. To zelo verjetno izvira iz dejstva, da so povezave intenzivno kolektivno reprezentirane in zato zaznane kot zaželen, nujen element spletnega mesta, ki jih avtorji vključujejo na svoja spletna mesta, vendar brez pravega namena in smisla.

3.1.2 Sankcije in vloga anonimnosti

Pomemben element družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja je tudi zavedanje sankcij, ki spremljajo od etike hiperteksta odstopajoča delovanja. V svetovnem spletu lahko kolektivna zavest hipertekstovnega delovanja, ki jo predstavljajo avtorji in spletna mesta, ki ustrezajo etiki hiperteksta, na zelo specifičen način sankcionira odstopajoče spletno mesto – tako, da ga ignorira in nanj ne vzpostavlja povezav, s čimer je zmanjšana verjetnost, da odklonsko spletno mesto obišče kak uporabnik. Bolj kot zavedanje sankcij je pri avtorjih verjetno prisotno zavedanje nadzora, ki ga ima kolektivna zavest, saj je spletno mesto prostor javnega delovanja, potencialno izpostavljeno številnemu občinstvu. Avtor tako zelo skrbno oceni zaželene in legitimne načine delovanja ter sankcije, ki lahko izvirajo iz nespoštovanja pričakovanj. Občinstvo spletnega mesta posameznika se lahko prepleta tudi z njegovim družbenim okoljem v vsakdanjem življenju, kar povečuje občutek izpostavljenosti in nadzora, zato se še bolj trudi delovati v skladu z družbenimi pričakovanji. To seveda še ne pomeni, da avtor avtomatično deluje hipertekstovno, saj mora najprej zaznavati zaželenost tovrstnega delovanja, vire te zaznave pa smo preučili predhodno.

V zvezi z delovanjem v svetovnem spletu je potrebno omeniti tudi anonimnost kot lastnost, ki onemogoča izpolnjevanje pričakovanj glede etike hiperteksta. Če avtorja ni mogoče identificirati, se s tem zmanjša zaznava sankcij v primeru odstopajočega delovanja, zmanjša se pritisk k sodelovanju in odgovornost do drugih uporabnikov in avtorjev svetovnega spleta. Vendar anonimnost ni lastnost, ki bi bila povsem odvisna od samega avtorja, temveč je pogosto določena s strukturnimi okoliščinami, natančneje z vrsto spletnega strežnika, na katerem se spletno mesto nahaja. Komercialni akterji, ki ponujajo prostor za spletna mesta (npr. "geocities") tako omogočajo večjo stopnjo anonimnega delovanja kot npr. organizacijski strežniki, kjer lahko že ime imenika, v katerem se nahajajo datoteke spletnega mesta, implicira ime in priimek osebe, ki je lastnik spletnega mesta⁵.

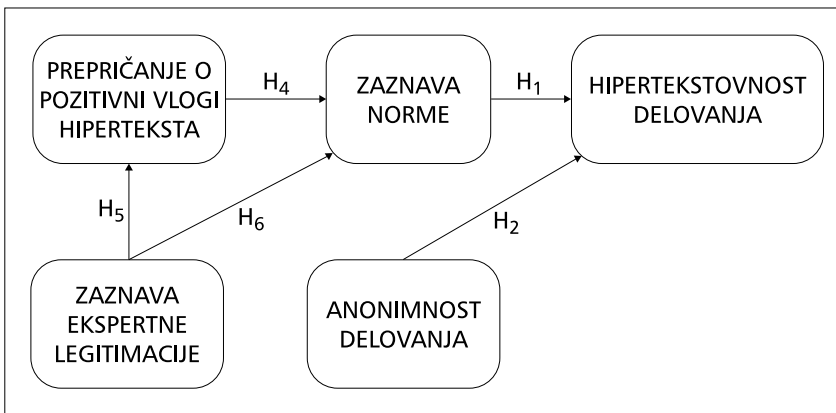
4. Empirična analiza individualnega hipertekstovnega delovanja

4.1 Metodološki okvir

Na empiričnem nivoju želim odgovoriti na naslednji vprašanji:

- ali je hipertekstovno delovanje oz. delovanje, ki sledi etiki hiperteksta, v dejanskosti sploh prisotno?
- v kolikšni meri je mehanizem družbene konstrukcije delovanja, ki sledi etiki hiperteksta, empirično veljaven?

Mehanizem družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja, ki je predstavljen v predhodni razpravi, je moč povzeti v naslednji pojasnjevalni model, ki ga želim preveriti:



Slika 1: Pojasnjevalni model hipertekstovnega delovanja

Definicije uporabljenih pojmov:

- *Hipertekstovnost delovanja* je stopnja, do katere način uporabe spletnega mesta ustreza etiki hiperteksta, ki pozitivno vrednoti spletno mesto kot informativni besedilni del, vključujoč avtorjevo znanje, ideje in izkušnje ter logične ali asociativne povezave na druga spletna mesta.
- *Zaznava norme hipertekstovnega delovanja* je zaznava pričakovanja, da mora avtor na svojem spletnem mestu objaviti informacije in logične ali asociativne povezave na druga spletna mesta.
- *Zaznava ekspertne legitimizacije* je zavedanje legitimnosti delovanja, ki ustreza etiki hiperteksta in ki je podana s strani snovalcev svetovnega spleta.
- *Prepričanje o pozitivni vlogi hiperteksta v svetovnem spletu* je količina subjektivnega znanja o družbeni koristnosti hiperteksta v primerjavi s klasičnimi, hierarhičnimi metodami dostopa do informacij.
- *Anonimnost delovanja* je nezmožnost identificirati avtorja spletnega mesta, ki jo je moč pripisati strukturnim lastnostim spletnega strežnika (Marx 1999).

Hipoteze:

- H₁: Bolj kot avtor zaznava normo hipertekstovnega delovanja, bolj verjetno bo deloval hipertekstovno.
- H₂: Če avtor ne more delovati anonimno, bo bolj verjetno deloval hipertekstovno.
- H₃: Če je avtor prepričan o pozitivni vlogi hiperteksta, bo verjetno zaznaval normo hipertekstovnega delovanja.
- H₄: Če avtor zaznava, da je hipertekstovnemu delovanju podeljena ekspertna legitimizacija, bo bolj prepričan o pozitivni vlogi hiperteksta.
- H₅: Če avtor zaznava, da je hipertekstovnemu delovanju podeljena ekspertna legitimizacija, bo bolj verjetno zaznaval normo hipertekstovnega delovanja.

4.2 Enota analize

V svetovnem spletu zaenkrat obstaja množica različnih avtorjev spletnih mest, vendar nadaljnja analiza ne zadeva načinov delovanja celotnega spektra družbenih akterjev, temveč se osredotoči na individualne avtorje, torej posameznike, ki odločajo o vsebini svojih spletnih mest in njihovo upoštevanje etike hiperteksta. Omejitve na individualne avtorje je opravičljiva z dveh vidikov:

- po podatkih iz nedavne spletne ankete (Petrič 2003) ima kar dobra tretjina "slovenskih" uporabnikov interneta svoje spletno mesto, kar pomeni, pri oceni o 300.000 intenzivnih uporabnikov interneta v letu 2002, da agregat teh spletnih mest predstavlja precejšen delež vseh spletnih mest v slovenskem delu svetovnega spleta in pomembno vpliva na naravo hiperteksta v svetovnem spletu.
- četudi nek tehnični oblikovalec izdelava spletno mesto po navodilih drugih oseb, je vzpostavljane povezav pogosto stvar njegove osebne presoje, zato je razumevanje mehanizma družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja relevantno tudi za tiste avtorje, ki o vsebini spletnih mest neposredno ne odločajo sami.

4.3 Vzorec in zbiranje podatkov

Podatki za raziskavo so bili zbrani s pomočjo spletne ankete, pri čemer so bila na predhodno zbran seznam elektronskih naslovov najprej poslana elektronska sporočila z vabilom in povezavo na spletno anketo. Populacija elektronskih naslovov individualnih avtorjev spletnih mest je bila določena na osnovi baze podatkov slovenskih spletnih mest⁶, s čimer sem se želel približati celotni populaciji avtorjev spletnih mest⁷. Iz generirane baze so bile izluščene vse pojavitve elektronskih naslovov, seveda pa s postopkom niso bili dobljeni le elektronski naslovi avtorjev spletnih mest, zato je se je v anketi nahajalo tudi izbirno vprašanje, ki je omogočalo identifikacijo ustreznih enot. Od 25. aprila do 4. junija 2002 je bilo na elektronske naslove poslanih 77.000 vabil k spletni anketi.

Na anketo se je odzvalo 12235 anketirancev, kar pomeni, da je bila stopnja odzivnosti 15.8%. Med vsemi anketiranci si jih je slabih 18% oz. 2198 ogledalo le prvo stran ankete, medtem ko je anketo v celoti izpolnilo 59% ali 7209 anketirancev. Med temi je kar 34.1% avtorjev osebnih spletnih mest⁸. Čeprav vzorec ni slučajni, pa se izkaže, da zelo dobro reprezentira populacijo uporabnikov interneta glede na osnovne sociodemografske spremenljivke (glej Petrič, 2003:160).

4.4 Operacionalizacija in preverjanje veljavnosti hipertekstovnega delovanja

Da se lahko pojasni mehanizem družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja, je potrebna analiza na socialnopsihološkem nivoju razumevanja in pojasnjevanja. V središču pozornosti so tako nameni avtorjev pri izdelavi spletnega mesta in dejavniki teh namenov. Le na ta način lahko pojasnimo mehanizem zrcaljenja etike hiperteksta v zaznavah, načrtih in delovanjih posameznikov, ne pa na nivoju posledic, ki so lahko nenameravane. Hipertekstovnost delovanja je tako merjena na nivoju namenov, ki jih je imel avtor pri vzpostavljanju svojega spletnega mesta.

Cilj spletne ankete je bil sicer analizirati tudi druge vrste delovanja avtorjev spletnih mest, ne le hipertekstovnega – npr. konstrukcijo virtualne identitete in vzpostavitev medosebnega odnosa (več v Petrič 2003), zato je bilo na anketno vprašanje “*Prosimo vas, da se spomnite na čas, ko ste začeli oblikovati svoje spletno mesto, in ocenite, v kolikšni meri drži za vas, da ste ga naredili zato,...*” ponujenih 20 različnih namenov, ki so bili izluščeni iz različnih teoretskih tipov, pri čemer je bila lestvica možnih odgovorov pri vseh vprašanih enotna in sicer od 1 “sploh ne drži” do 5 “popolnoma drži”.

Med temi dvajsetimi indikatorji jih je glede na definicijo hipertekstovnosti delovanja izluščenih pet in faktorska analiza⁹ pokaže, da resnično merijo eno razsežnost (tabela 1).

Tabela 1: Indikatorji hipertekstovnega delovanja z aritmetično sredino, standardnim odklonom, Cronbachovim koeficientom veljavnosti (α) in faktorskimi utežmi

Indikatorji “hipertekstovnosti delovanja”	μ	σ	faktorske uteži
da bi predstavil svoje izkušnje z določenimi stvarmi,	3,47	1,20	0,58
da bi predstavil svoje ideje in povezave na sorodne strani,	3,36	1,26	0,70
da bi predstavil informacije o stvareh, o katerih imam veliko znanja,	3,34	1,21	0,70
da bi objavil podrobne informacije o neki stvari,	2,99	1,52	0,58
da bi uporabnikom interneta predstavil stvari, s katerimi se profesionalno ukvarjam,	2,81	1,47	0,61
<i>N= 1038, Cronbach $\alpha=0.77$</i>			

Cronbachov koeficient kaže na precejšnjo zanesljivost indikatorjev, saj je njegova vrednost zelo blizu priporočljive 0.80 (v Ferligoj et al., 1995). Mera hipertekstovnosti delovanja izkazuje tudi precej visoko stopnjo veljavnosti konstrukta, saj faktorska analiza vseh dvajsetih namenov skupaj kaže na visoko stopnjo konvergentne in diskriminantne veljavnosti različnih načinov pojmovanja delovanja avtorjev spletnih mest¹⁰. Glede na to, da pojem hipertekstovnega delovanja še ni bil konceptualiziran v predhodnih raziskavah, je rezultat presenetljiv in daje močno oporo ugotovitvi, da se teoretski konstrukt

hipertekstovnega delovanja ustrezno zrcali v dejanskosti. V analizi pojasnjevalnega modela (glej slika 1) je uporabljena sestavljena spremenljivka "hipertekstovnost delovanja", ki je povprečje zgornjih petih indikatorjev¹¹.

Zaznava norme hipertekstovnega delovanja je bila merjena z dvema indikatorjema (tabela 2), ki sta bila izluščena iz definicije pojma. Problem vsebinski veljavnosti predstavlja dejstvo, da razsežnost "pričakovanih glede vzpostavljanja povezav", ki je ključna lastnost hiperteksta, ni odsevana v indikatorjih, vendar empirične "škode" tega primanjkljaja ni mogoče oceniti. Indikatorja, ki sta uporabljena, sta bila merjena na ordinalni lestvici od 1 "sploh se ne strinjam" do 5 "popolnoma se strinjam".

Tabela 2: Indikatorja zaznave norme hipertekstovnega delovanja

Indikatorja "zaznave norme"	μ	σ
Vsakdo, ki ima spletno mesto, bi moral na njem objaviti svoje znanje.	3.21	1.39
Vsakdo mora objaviti spletno mesto z izčrpnimi informacijami, če ima to možnost.	2.54	1.36
<i>N= 1028, Cronbach $\alpha=0.61$</i>		

Ker je korelacijski koeficient med tema dvema indikatorjema precej velik ($r=0.44$, $p<0.001$), tudi Cronbachov koeficient kaže solidno mero zanesljivosti (0.61). V pojasnjevalnem modelu je uporabljena sestavljena spremenljivka "zaznava norme", ki je povprečje zgornjih indikatorjev.

Prepričanje o pozitivni vlogi hiperteksta v svetovnem spletu naj bi glede na definicijo odsevalo zaznavo družbeno koristnih lastnosti hiperteksta in hipertekstovnega delovanja. Prepoznavna kolektivne koristi daje temu delovanju zagotovilo superiornosti in zaželenosti, ki se nadalje kaže v zaznavi pritiskov k temu delovanju oz. v prepoznavi norme. Z operacionalizacijo smo želeli posredno zajeti bistvo tega pojma prek merjenja naslednjih dveh razsežnosti:

- a) *Pripisovanje pomembnosti povezavam med spletnimi mesti* (tabela 3) in
- b) *Prepričanje o prednostih brskanja pred spletnimi iskalci v dostopu do informacij na svetovnem spletu* (tabela 4).

Namen obeh razsežnosti je identificirati prepričanje, da hipertekstovna narava svetovnega spleta omogoča bolj učinkovit in bolj ustvarjalen dostop do informacij kot pa spletni iskalniki, ki so reprodukcija tradicionalnih hierarhičnih načinov dostopanja do informacij. Brskanje po besedilnih delih, z uporabo povezav, je unikatna značilnost svetovnega spleta, v primerjavi z iskanjem po ključnih besedah, ki odseva klasični hierarhični dostop. Indikatorji obeh razsežnosti so bili merjeni na ordinalni lestvici od 1 "sploh se ne strinjam" do 5 "popolnoma se strinjam".

Tabela 3: Indikatorja prepričanja o pomembnosti povezav med spletnimi mesti

Indikatorja "pomembnosti povezav"	μ	σ
Hipertekstovne povezave med spletnimi mesti so eden od najpomembnejših elementov svetovnega spleta	3.75	1.10
Povezave s spletnih mest na druga spletna mesta so nepotrebne	1.50	0.90
<i>n=999; Cronbach $\alpha=0.41$</i>		

Sestavljena spremenljivka "pomembnost povezav" je povprečje prvega (z obrnjeno lestvico) in drugega indikatorja.

Tabela 4: Indikatorja prepričanja o prednosti brskanja pred spletnimi iskalci v dostopu do informacij na svetovnem spletu

Indikatorja "pomembnosti brskanja"	μ	σ
Dobro bi bilo, če bi na svetovnem spletu obstajal en sam iskalnik, s katerega bi bile dostopne vse spletne strani	3.19	1.54
Na svetovnem spletu bi morali biti samo iskalniki, ker je brskanje predvsem izguba časa.	2.05	1.12
<i>n=982; Cronbach $\alpha=0.39$</i>		

Sestavljena spremenljivka "pomembnost brskanja" je povprečje obrnjenih lestvic zgornjih spremenljivk. V prvotni obliki namreč indikatorji merijo prednost spletnih iskalcev pred brskanjem, zgolj za lažjo interpretacijo pojasnjevalnega modela pa smo naredili povprečje obrnjenih lestvic.

Obstoj značilne povezanosti med obema razsežnostima ($r=0.23$, $p<0.001$) ne preseneča, saj pomeni, da avtorji, ki pripisujejo pomembnost povezavam, dajejo v dostopu do informacij tudi večjo vrednost brskanju kot pa iskalnikom.

Zaznava ekspertne legitimizacije je merjena na posreden način, preko poznavanja izvorne ideje svetovnega spleta. Mera temelji na predpostavki, da avtorji spletnih mest, ki že imajo neko vedenje o nastanku svetovnega spleta, zato tudi vedo, da so tvorci oz. eksperti vključili ideje hiperteksta v idejo svetovnega spleta. Spremenljivka "poznavanje namena svetovnega spleta" je bila skonstruirana na osnovi naslednjih desetih indikatorjev, ki odsevajo prave in neprave namene¹² izvorne tehnologije svetovnega spleta.

Tabela 5: Indikatorji poznavanja namena tehnologije svetovnega spleta (pravi nameni so označeni krepko)

Ideja svetovnega spleta se je razvila	da	ne	ne vem
...zato, da lahko nekatere korporacije dosežejo širši krog potrošnikov	39.1%	50.0%	10.8%
...za omogočanje učinkovitega dostopa do številnih informacij	83.0%	13.5%	3.6%
...za boljše seznanjenost ljudi z delovanjem države	19.0%	69.6%	11.4%
...zato, da lahko ljudje veliko povedo o sebi	14.8%	75.7%	9.5%
...za komunikacijo med prostorsko oddaljenimi ljudmi.	85.6%	10.6%	3.7%
...za nadzor nad državljani	15.6%	72.0%	12.4%
...zato, da lahko znanstveniki bolj učinkovito delujejo in sodelujejo	73.9%	18.1%	8.0%
...za zabavo ljudi	33.8%	58.5%	7.6%
...zato, da lahko ljudje nakupujejo po celem svetu	27.0%	65.4%	7.6%
...zato, da se poveča svoboda govora	35.1%	53.8%	11.1%

Sestavljena spremenljivka “zaznava ekspertne legitimizacije” odseva stopnjo poznavanja izvirnega namena svetovnega spleta in vključuje vrednosti od –10 do 10.¹³

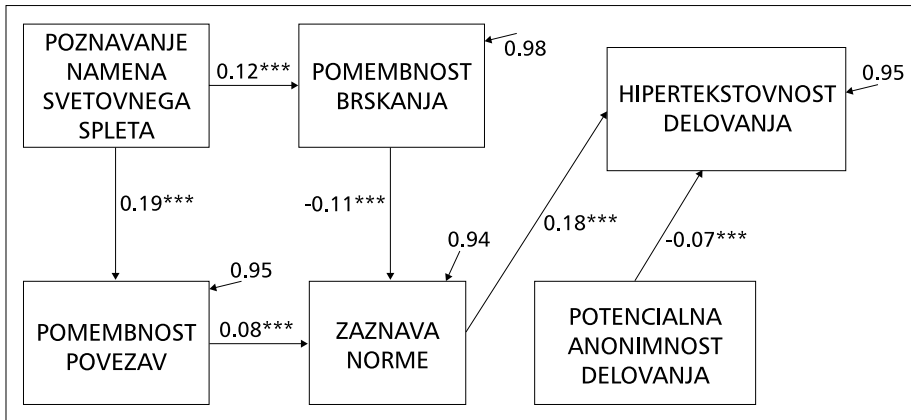
Potencialna anonimnost delovanja je lastnost, ki se nanaša na specifične strukturne okoliščine delovanja – na vrsto strežnika, kjer ima posameznik objavljeno svoje spletno mesto. Razlika v okoliščinah delovanja obstaja glede na to, ali ima nekdo svoje spletno mesto na spletnem strežniku organizacije, v kateri je zaposlen ali pa se v njej šola (vrednost spremenljivke = 0), ali pa ga ima na komercialnem, nekomercialnem ali celo na svojem lastnem spletnem strežniku (vrednost spremenljivke = 1). Anonimnost je odtod merjena posredno, kot strukturna lastnost, ki potencialno omogoča delovanje na različnih tipih spletnih strežnikov: vrednost 1 ustreza anketirancem, ki potencialno lahko delujejo anonimno, vrednost 0 pa tistim, ki tega ne morejo.

5. Analize

5.1 Pojasnjevalni model

Za preverjanje pojasnjevalnega modela je bil uporabljen program LISREL 8.3 (Jöreskog in Sörbom 1999), za ocenjevanje parametrov modela pa metoda največjega verjetja, ki je precej tolerantna do *kršitev* normalnosti (v porazdelitvah spremenljivk), ki so v manjši meri prisotne v podatkih (glej Prilogo). Model hipertekstovnosti delovanja oziroma takšnega delovanja avtorjev v svetovnem spletu, ki sledi etiki hiperteksta, je bil empirično preverjen na vzorcu 985 individualnih avtorjev spletnih strani. V ocenjenem empiričnem modelu (slika 2) so nekatere spremenljivke drugačne kot v teoretičnem modelu, kar je posledica že opisane operacionalizacije in je to bilo tudi ustrezno pojasnjeno.

Celoten model se dobro prilega podatkom, na kar kaže več karakteristik: statistična značilnost c^2 statistike prileganja modela podatkom je enaka 0.092, kar pomeni, da se model dovolj dobro prilega podatkom; Kvadrat povprečne napake (RMSEA, angl. root mean square error), mera, ki jo nekateri avtorji predlagajo kot najzanesljivejšo mero prileganja modela podatkom, ima vrednost 0.029 in je manjša od zgornje meje sprejemljivosti 0.05. Model se torej zelo solidno prilega podatkom in je smiseln za interpretacijo.



Slika 2: Ocenjeni model hipertekstovnega delovanja (n=985, $p=0.092$, RMSEA=0.029)

Večine hipotez, ki so bile predlagane v hipertekstovnem modelu delovanja, ni mogoče zavrniti, saj so ocenjeni parametri (učinkov) statistično značilni, kljub temu, da zavzemajo dokaj nizke vrednosti.

Uporabnik interneta, ki se odloči za lastno spletno mesto, bo v svojem delovanju v precejšnji meri določen z *zaznavo norme delovanja*, ki ustreza idealu hiperteksta ($b=0.18$, $t=5.84$), tako da bo tudi sam skušal delovati skladno z njo. Vpliv potencialne *anonimnosti delovanja* je prav tako statistično značilen in vsebinsko pričakovan. Avtorji, ki lahko ostanejo anonimni, bodo manj verjetno delovali v skladu z etiko hiperteksta, medtem, ko bodo uporabniki, ki želijo ustvariti svoje spletno mesto na strežniku organizacije, katere člani so, verjetno objavili izčrpane informacije o neki temi in vzpostavili povezave na druga spletna mesta ($b=-0.07$, $t=2.10$). V tem primeru je občutek nadzora namreč precejšen, zato avtor predhodno preveri družbeno naklonjenost različnim načinom delovanja in potem v veliki meri deluje v skladu s to oceno. Družbena pričakovanja seveda ne izvirajo samo iz etike hiperteksta, zato je ocenjeni parameter dokaj nizek in kaže na zelo šibak vpliv.

Ključna odvisna spremenljivka – hipertekstovnost delovanja – je torej v neki meri določena z izbranimi dejavnikoma, zaznavo norme in anonimnostjo, iz modela pa so odsotni verjetno še številni drugi dejavniki, ki lahko vplivajo na to, da nekdo deluje v skladu z etiko hiperteksta, saj je odstotek nepojasnjene variance ključne odvisne spremenljivke precej velik (95%). Vsekakor je tu potrebno upoštevati, da so nizke vrednosti

statističnih parametrov in nizke odstotke pojasnjene variance tudi posledica kvalitete merjenja, ki ne more biti na visokem nivoju - že zaradi dejstva, da sta konceptualizacija in operacionalizacija teoretskih pojmov zaenkrat še zelo inovativna predloga.

Za teoretsko veljavnost modela je zelo pomembna tudi pojasnitev druge endogene spremenljivke, zaznave norme hipertekstovnega delovanja, saj naj bi ravno prek nje deloval *abstraktni mehanizem družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja* kot zaželenega, normalnega in legitimnega načina delovanja avtorjev v svetovnem spletu, izvirajočega iz etike hiperteksta. Ali torej danes sploh (še) obstaja *družbena osnova* za reprodukcijo etike hiperteksta v spletnem prostoru, torej prostoru, ki naj načeloma ne bi omejeval svobode ljudi in je, paradoksalno, vedno bolj poseljen s komercialnimi akterji, ki uporabnika interneta reducirajo na potrošnika?

Rezultati kažejo, da v legitimizaciji hipertekstovnega delovanja s strani ekspertov in posledičnem zavedanju pomembnosti idej hiperteksta za svetovni splet, (še vedno) leži dobra osnova za zaznavo zaželenosti delovanja, ki ustreza etiki hiperteksta. Kdor dobro pozna ozadje nastanka svetovnega spleta, idej, ki naj bi jih svetovni splet realiziral, zelo verjetno prepozna pomembnost spletnih povezav ($g=0.19$, $t=6.19$) in prednosti brskanja pred iskalniki ($g=0.12$, $t=3.87$). Nadalje, kdor se zaveda pomembnosti obstoja povezav med spletnimi mesti za učinkovit, hiter in kreativen dostop do informacij, se verjetno zaveda tudi določene zavezanosti k delovanju (norme), ki stremi k obstoju tovrstnih povezav ($g=0.08$, $t=2.55$).

V nasprotju s pričakovanji pa glede na razpoložljive podatke ni mogoče trditi, da posamezniki, ki prepoznajo prednosti brskanja pred hierarhičnimi spletnimi iskalniki v iskanju informacij, zaznavajo tudi normo hiperteksta, ki sploh omogoča brskanje. Avtorji, ki se sicer zavedajo, da iskalniki niso najpomembnejše orodje za iskanje informacij v svetovnem spletu, sami ne delajo na tem, da bi tudi ohranjali "brskalno" oz. hipertekstovno naravo svetovnega spleta. Celo nasprotno, zveza je negativna in statistično značilna ($g=-0.11$, $t=3.63$)! To pomeni, da tisti, ki pripisujejo veliko pomembnost iskalnikom v svetovnem spletu, verjetno bolj zaznavajo zaželenost informiranja in vzpostavljanja povezav prek svojega spletnega mesta kot pa tisti, ki dajejo prednost "brskanju". Nepričakovan rezultat je verjetno posledica slabe vsebinske veljavnosti pojma zaznave norme hipertekstovnega delovanja, saj, kot že omenjeno, odseva na empiričnem nivoju zgolj pričakovanja, ki izvirajo iz etike spletnega objavljanja (Demarest, 1996), odsotno pa je pričakovanje glede vzpostavljanja povezav med besedilnimi deli¹⁴. Ocena parametra implicira, da nekdo, ki pripisuje pomembnost iskalnikom v svetovnem spletu, zaznava svetovni splet kot informacijski servis in temu ustrezno prilagodi svoja pričakovanja: da mora uporabnik, ki želi postati avtor, na svojem spletnem mestu objaviti informacije. V modelu je pojasnjenih 6% variance zaznave norme, kar je glede na naravo konceptualizacije in operacionalizacije zadovoljivo.

5.2. Zastopanost hipertekstovnega delovanja

Ena od nalog empirične raziskave je tudi oceniti, ali sploh in v kolikšni meri delujejo avtorji spletnih mest v skladu z etiko hiperteksta. Z drugimi besedami – v kolikšni meri je v populaciji avtorjev spletnih mest zastopano hipertekstovno delovanje. Opisne

statistike sestavljene spremenljivke “hipertekstovnost” (glej Prilogo) sicer kažejo na to, da avtorji v precejšnji meri delujejo v skladu z etiko hiperteksta, vendar ta zaznava ne omogoča natančnejšega vpogleda v sestavo avtorjev glede na njihove namene delovanja. Za potešitev tovrstne radovednosti se zdi ustrežnejša metoda hierarhičnega združevanja enot, ki rezultira v skupinah podobnih avtorjev glede na namene, ki so jih avtorji imeli pri ustvarjanju lastnega spletnega mesta. Hierarhično združevanje enot - glede vseh 20 namenov - rezultira v petih skupinah avtorjev s podobnimi nameni uporabe svojega spletnega mesta (tabela 6):

Tabela 6: Skupine podobnih avtorjev spletnih mest glede na namene uporabe (opomba: — povsem odsoten namen; - večinoma odsoten namen; o deloma prisoten namen; o+ prisoten namen; +zelo prisoten namen; ++ povsem prisoten namen)

Skupina/ Namen	Hiper- tekstovnost	Družbeni odnos	Virtualna identiteta	Izražanje mnenja	n	Odstotek
1	-	-	+	--	264	26.22
2	-	--	0	—	158	15.69
3	++	-	o-	--	208	20.66
4	o+	o+	o+	+	128	12.71
5	o+	+	+	-	249	24.73

Uporabniki interneta vzpostavljajo svoje spletno mesto z zelo različnimi nameni, ki so predmet ločene razprave (Petrič 2003), očitno pa med njimi obstaja skupina avtorjev (skupina 3), ki strogo sledi etiki hiperteksta, še več, preko svojega spletnega mesta delujejo izključno hipertekstovno, saj so drugi nameni pri njih odsotni. V tej skupini se nahaja dobrih 20% vseh avtorjev spletnih mest, kar pomeni, da ti najbolj prispevajo k ohranjanju hipertekstovne narave svetovnega spleta. Deloma delujejo v skladu z etiko hiperteksta tudi v četrti in peti skupini, ki skupaj predstavljata dobro tretjino avtorjev spletnih mest; ti posamezniki sicer uporabljajo svoje spletno mesto primarno v druge namene, a v določeni meri delujejo hipertekstovno – ali vzpostavljajo smiselne povezave na druga spletna mesta ali pa skušajo informirati uporabnika s koristnimi informacijami, objavljajo svoje dokumente ali (in) predstavljajo svoje ideje. Skupaj predstavljajo avtorji, ki neposredno (skupina 3 - 21%) ali posredno (skupina 4 - 13% in skupina 5 - 25%) ohranjajo načela hipertekstovnosti v spletu, okrog šest desetin avtorske populacije.

6. Možnosti za ohranitev etike hiperteksta

Rezultati empiričnih analiz kažejo, da individualni avtorji spletnih mest v Sloveniji v precejšnji meri delujejo v skladu z etiko hiperteksta, kar je precej presenetljivo, še posebej v luči komentarjev, da posamezniki na svojih spletnih mestih ponujajo le peččico biografskih informacij in razdrobljena besedila, namenjena zelo specifičnemu občinstvu ali sploh nikomur (Chandler 1996; Hine 2000).

Kljub razpršenosti kolektivnih reprezentacij in šibkim osnovam hipertekstovnega delovanja kot objektivnega družbenega dejstva, se mehanizem družbene konstrukcije hipertekstovnega delovanja izkaže za veljavnega. Delovanje, ki sledi etiki hiperteksta, ni zgolj posledica kakih altruističnih vzgibov, temveč je rezultat družbenega procesa, v katerem se je hipertekstovno delovanje družbeno konstruiralo kot najbolj zaželeno in legitimno. Uporabniki interneta še vedno zaznavajo in upoštevajo (vsaj na nivoju izraženih namenov) določena "družbena" pričakovanja, ko se odločijo ustvariti in objaviti svoje spletno mesto, pri čemer se ta pričakovanja v veliki meri nanašajo na specifični normativni okvir hipertekstovne etike. Objavljanje izčrpnih in uporabnih informacij, skupaj s povezavami, je pri določenem segmentu uporabnikov (avtorjev spletnih mest) še vedno prepoznano kot običajen način delovanja, ki se povratno kaže kot objektivno dejstvo, iz katerega izvirajo zaznave pričakovanj. S tega vidika se v neki meri uspe reproducirati etika hiperteksta, s tem pa tudi možnost za ohranitev hiperteksta v svetovnem spletu.

Ker se zdi, da rezultati prekomerno ponujajo optimistične implikacije, velja na kratko ošvrkniti nekatere elemente, ki v prispevku niso bili natančneje tematizirani, so pa vsekakor pomembni v razpravi o ohranjanju hiperteksta v svetovnem spletu: (a) v prispevku je predpostavljeno, da so povezave med spletnimi mesti logično smiselne ali asociativne, razprave (Kirschenbaum 2000; Pajares-Tosca 2001) pa implicirajo, da njihov pomen od tega pogosto odstopa; (b) za veljavnejšo oceno odnosa med delovanjem posamičnih delov in ohranjanjem svetovnega spleta kot hipertekstovnega sistema bi bilo potrebno analizirati raznovrstne družbene akterje, ki so avtorji spletnih mest, od društev, klubov do vladnih institucij in podjetij. Predvsem s poplavo komercialnih akterjev obstaja bojazen, da se bo družbena osnova etike hiperteksta povsem razkrojila in da bo svetovni splet obravnavan predvsem kot nakupovalno-rekreativni servis (Mosco 2000); (c) natančneje je potrebno opredeliti vlogo konzorcija W3C, razvijalcev spletnih iskalcev in drugih organizacij v institucionalizaciji etike hiperteksta. Projekt semantičnega omrežja Konzorcija W3C (Berners-Lee 1997, 1999) bi z boljšo semantično informacijo o vsebini in funkciji spletnih mest omogočal boljše strukturiranje svetovnega spleta. Z drugimi besedami, hipertekst bi se v svetovnem spletu lahko ohranjal zavestno, ker bi bil hipertekstovni informacijski sistem manifestno ločen od drugih delov svetovnega spleta.

Za ohranjanje hiperteksta v svetovnem spletu in vzdrževanje njegovega potenciala za korenitejšo družbeno spremembo bi bilo verjetno potrebno poseči tudi na raven izobraževanja. Učni načrti številnih predmetov, krožkov in tečajev učijo posameznike tehničnih veščin oblikovanja spletnih strani, to tehnično znanje pa bi bilo smiselno dopolniti še z etiko hiperteksta. Uporabniki bi lahko na ta način z lastnimi spletnimi mesti sicer zadovoljevali svoje specifične cilje, vendar v okviru odgovornosti do ohranjanja hiperteksta v svetovnem spletu.

Zahvala: zahvaljujem se recezentom za tehtne in koristne pripombe, ki so pripomogle k izboljšavi prvotnega besedila članka.

Priloga

Opisne statistike sestavljenih spremenljivk, ki nastopajo v modelu hipertekstovnega delovanja.

	n	min	max	Arit. sredina	Stand. odklon	Koeficient asimetrije	Koeficient sploščen.
Hipertekstovnost	1038	1	5	3,15	0,98	-0,17	-0,60
Zaznava norme	1028	1	5	3,07	1,13	0,01	-0,81
Pomembnost povezav	999	1	5	4,17	0,75	-0,92	0,88
Pomembnost brskanja	982	1	5	2,60	1,05	0,12	-0,81
Poznavanje namena svetovnega spleta	1021	-6	10	4,62	4,04	-0,43	-0,87
Potencialna anonimnost	1092	0	1	0,77	0,42	-1,27	-0,38

Opombe

1. Pojem spletnega mesta ("web site") uporabljam za sklop spletnih strani, ki ustrezajo nekemu družbenemu akterju, ki odloča o vsebini svojega spletnega mesta.
2. Engelbart govori o logičnih povezavah med besedilnimi deli, ki so smiselne in razumljive večini uporabnikov, medtem ko Nelson poudarja arbitrarnost in kreativnost asociativnih povezav (v Bardini, 1997: 6).
3. World-Wide Web Consortium, neke vrste krovna organizacija svetovnega spleta, ki ga je konec leta 1994 ustanovil Berners-Lee pod okriljem Laboratorija za računalniško znanost (LCS) na inštitutu MIT, v sodelovanju z inštitutom CERN, podporo agencije DARPA in Evropske komisije, danes pa sodeluje še z organizacijo INRIA (Institut National de Recherche en Informatique et Automatique) in univerzo KEIO na Japonskem. Konzorcij W3C je morda še najbolj tesno povezan s tehnologijo svetovnega spleta, saj skrbi za tehnično plat evolucije svetovnega spleta. Konzorcij šteje več kot 500 članov, med katerimi so izdelovalci in prodajalci tehnoloških produktov in uslug, ponudniki dostopa do interneta, korporativni uporabniki, raziskovalni laboratoriji, vladne agencije in druge organizacije, pri čemer vsi člani sodelujejo v odločitvenih procesih, skupaj s t.i. ekipo konzorcija, ki vključuje raziskovalce iz številnih držav (Jacobs 2000).
4. Ta so (Hambridge 1995): spletno mesto naj vsebuje unikatne informacije; naj ne bo le zbirališče povezav na druga spletna mesta; spletno mesto naj se redno vzdržuje, informacije naj bodo ažurne; informacije naj bodo konsistentne.
5. Na primer, naslov spletnega mesta *www.uni-lj.si/~fdpetricgr/* lahko že dovolj dobro identificira njegovega lastnika
6. Baza je bila oblikovana na osnovi seznama naslovov spletnih strani (URL), ki jih uporablja slovenski iskalnik "Najdi.si" (Noviforum, d.o.o.). Gre za naslove spletnih strani, ki so napisane v slovenskem jeziku ali pa so njihovi avtorji slovenski državljani. Nadalje sem z uporabo programa žHTTPGet' (Program je zasnovan v jeziku Perl in je namenjen priklicu vsebine spletnih strani. Njegova funkcija je, da dostopi do zelene spletne strani, katere naslov je določen z URLjem, prepozna njen tip in, če gre za dokument v HTML obliki, ga shrani v "tabulatorsko-ločenem" tipu tekstovne datoteke. Za tehnično oblikovanje programa je poskrbel

kolega Matej Kovačič dostopil do vsakega spletnega mesta v seznamu spletnih mest in zapisal vse ustrezne spletne strani v tekstovni obliki v enotno tekstovno bazo podatkov, obsežno dobrih 14GB (več kot $1.7 \cdot 10^{10}$ znakov). Zapisovalni program je zbiral podatke s svetovnega spleta na osmih osebnih računalnikih od 7.5. do 13.5.2002, 24 ur na dan.

7. Ob predpostavki, da ima vsak avtor objavljen svoj elektronski naslov na svojem spletnem mestu.
8. Analize so bile izvedene na približno 1000 enotah. Upad je posledica dejstva, da smo med vsemi lastniki spletnih mest ($n=2475$) izločili lastnike več spletnih mest (31% oz. 749) in še nekatere dodatne enote, kar je bila posledica napačnega zapisa odgovorov v bazo podatkov. Ta napaka je bila odpravljena šele 5. maja 2002, zato je bilo potrebno približno 2000 vseh enot (oz. približno 650 avtorjev spletnih mest) dodatno izločiti.
9. Uporabljena je bila metoda glavnih osi in dobljen rezultat je bil poševno zarotiran po metodi Oblimin. V nadaljevanju je pri izračunu faktorskih uteži uporabljen enak postopek.
10. Zaradi pomanjkanja prostora prosim bralca, da si ogleda analizo v Petrič (2003:171)
11. Za osnovne opisne statistike te in ostalih sestavljenih spremenljivk, ki nastopajo v pojasnjevalnem modelu, glej Prilogo.
12. Gre za namene, ki so eksplicitno zapisani v dokumentaciji ideje svetovnega spleta, npr. v Berners-Lee (1990).
13. Spremenljivka je bila izračunana po naslednjem postopku: Če je anketiranec na nepravi namen odgovoril pozitivno, je dobil posamičen indikator vrednost -1 , če negativno, $+1$, in če je odgovoril z ne vem, je vrednost indikatorja 0. Ravno obratno velja za prave namene: če jih je respondent prepoznal, je indikator dobil vrednost $+1$, če jih je zanikal, je dobil vrednost -1 in v primeru odgovora žne vem' 0. Vrednosti so bile seštete čez vse indikatorje, tako da sumarna nova spremenljivka z maksimalno vrednostjo (10) ustreza respondentom, ki v polni meri poznajo namen svetovnega spleta in po drugi strani se minimalna vrednost (-10) nanaša na tiste avtorje spletnih mest, ki vedo zelo malo o nastanku svetovnega spleta.
14. Nepričakovan rezultat bi se lahko interpretiral še drugače, kot posledica slabih izkušenj avtorjev spletnih mest: namreč, da tisti, ki sicer (praktično) dajejo prednost iskalnikom pred brskanjem, niso zadovoljni z rezultati takšnega iskanja - in ravno iz tega nezadovoljstva se pri njih rojeva potreba po večjem upoštevanju izvorne hipertekstovne norme.

Literatura

- Allen, Graham (2000): *Intertextuality*. London: Routledge.
- Bardini, Thierry (1997): *Bridging the Gulfs: From Hypertext to Cyberspace*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(2), [Http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue2/bardini.html](http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue2/bardini.html)
- Bardini, Thierry (2000): *Bootstrapping: Douglas Engelbart, Coevolution, and the Origins of Personal Computing*. Stanford: Stanford University Press.
- Baym, Nancy (1998): *The Emergence of On-Line Community*. V: Steve G. Jones (ur.): *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, 35-69. Sage.
- Berger, Peter L., Luckmann, Thomas (1966): *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor books, New York.
- Berners-Lee, Tim (1990): *Information Management: A Proposal*. [Http://www.w3.org/History/1989/proposal.html](http://www.w3.org/History/1989/proposal.html).

- Berners-Lee, Tim (1996): The World Wide Web: Past, Present and Future. Proceedings of the Fifth International World Wide Web Conference, Computer Networks and ISDN systems, 7-11.
- Berners-Lee, Tim (1997): Axioms of Web architecture. [Http://www.w3.org/Architecture](http://www.w3.org/Architecture).
- Berners-Lee, Tim (1999): Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web. New York: HarperCollins Publishers.
- Bieber, Michael, Vittali Fabio, Ashman, Helen, Oinas-Kukkonen Harri (1997): Fourth generation hypermedia: Some missing links for the World Wide Web, *International Journal of Human Computer Studies*, 47, 31–65. [Http://www.hbuk.co.uk/ap/ijhcs/webusability/](http://www.hbuk.co.uk/ap/ijhcs/webusability/).
- Bijker Wiebe E., Hughes Thomas P., Pinch Trevor J (1987): The Social Construction of Technological Systems: New directions in the Sociology and History of Technology. London: MIT Press.
- Bolter, David Jay (2000): Identity. V: Thomas Swiss (ur.): Unspun: Key concepts for understanding the World Wide Web. New York University, New York in London.
- Brin, Sergey & Page, Lawrence (1998): The Anatomy of a Large Scale Hypertextual Web Search Engine. <http://pr.efactory.de/e-references.shtml>
- Bush, Vannevar (1945): As We May Think. *Atlantic Monthly*, 176(1): 101–108. [Http://www.isg.sfu.ca/~duchier/misc/vbush](http://www.isg.sfu.ca/~duchier/misc/vbush).
- Chandler, Daniel (1996): Personal home pages and the construction of identities on the Web. [Http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html)
- Chakrabarti, Soumen, Dom Byron, Raghavan, Prabhakar, Rajagopalan, Sridhar, Gibson, David, Kleinberg, Jon (1998): Automatic Resource Compilation by Analyzing Hyperlink Structure and Associated Text. Proceedings of the 7th World Wide Web conference. <http://decweb.ethz.ch/WWW7/1998/com1998.html>
- Deibert, Ronald J. (1997): Parchment, Printing and Hypermedia: Communication in World Order Transformations. New York: Columbia university press.
- Demarest, Marc (1996): Rhetoric, Epistemology and the 'Net: The Ethics Of Web Publishing. <http://www.noumenal.com/marc/toxic.html>
- Durkheim, Emile (1982): The rules of sociological method. The Free Press, New York.
- Ferligoj, Anuška, Leskošek Karmen, Kogovšek, Tina (1995): Zanesljivost in veljavnost merjenja. Ljubljana: FDV.
- Giddens, Anthony (1991): Modernity and Self-identity. Polity Press, UK.
- Gygi, Katherine (1990): Recognizing the symptoms of hypertext...and what to do about it. V: Brenda Laurel (ur.): The art of human computer interface design. 297–287. Reading: Addison-Wesley.
- Habermas, Jürgen (1984): The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society. London: Heinemann.
- Hambridge, Sally (1995): RFC 1855: Netiquette Guidelines. <http://ludwig.sc.intel.com/rfc/rfc1855.txt>
- Hine, Christine (2000): Virtual Ethnography. London: Sage.
- Jacobs, Ian (2000): About the World Wide Web Consortium. [Http://www.w3.org/pub/about.html](http://www.w3.org/pub/about.html).
- Jones, Robert A., Spiro, Rand J. (1995): Contextualization, cognitive flexibility, and hypertext: The convergence of interpretative theory, cognitive psychology and advanced information technologies. V Susan L. Star (ur.): The Cultures of Computing. 146–158. Oxford: Blackwell.

- Jöreskog, Karl and Sörbom, Dag (1999): *LISREL 8.30 and PRELIS 2.30*. Scientific Software International, Inc.
- Kirschenbaum, Matthew G. (2000): Hypertext. Thomas Swiss (ur.): Unspun: key concepts of understanding the World Wide Web, 120–138. New York: New York University.
- Kolko, Beth & Reid, Elizabeth. (1998): Dissolution and Fragmentation: Problems in On-Line Communities. V: Steve G. Jones (ur.): *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, 212-231. Sage.
- Kollock, Peter. (1998): The economies of online cooperation: gifts and public goods in cyberspace. V: Marc Smith in Peter Collock (ur.): *Communities in Cyberspace*, 220-243. London: Routledge.
- Kraut, Robert, Mukhopadhyay, T., Szczypula, J., Kiesler, S. & Scherlis, W. (1998): Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1032.
- Landow, George P. (1997): *Hypertext 2.0: The convergence of contemporary critical theory and technology*. London, Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Levine, Donald N. (2000): On the Critique of 'Utilitarian' Theories of Action. Newly Identified Convergences among Simmel, Weber and Parsons. *Theory, Culture & Society*, 17(1), 63–78.
- Marx, Gary T. (1999): What's in a name? Some reflections on the Sociology of anonymity. *The Information Society*, 15: 99–112.
- Mitra, Ananda, Cohen, Elisia (1999): Analyzing the Web: Directions and Challenges. V Steve Jones (ur.): *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, 179–203. London, New Delhi: Sage.
- Mosco, Vincent (2000): Political Economy. V Thomas Swiss (ur.): *Unspun: Key Concepts for Understanding the World Wide Web*. New York and London: New York University Press, 51–66.
- Nelson, Theodor H. (1990): The right way to think about software design. V Brenda Laurel (ur.): *The art of human computer interface design*. Reading: Addison-Wesley 235–243.
- Nelson, Theodor H. (1965/1999): Summary of the Xanadu Hypertext System. V: Victor J. Vitanca (ur.): *CyberReader*. Longman.
- Oblak, Tanja (2001): *Images of Electronic Democracy: Communication Technologies and Changes in Participation and Communication Processes*. Ljubljana: doktorska disertacija.
- Petrič, Gregor (2003): *Družbeno delovanje v omrežju svetovnega spleta: Individualni in strukturni vidiki*. Doktorska disertacija. Ljubljana: FDV.
- Pajares-Tosca, Susana (2001): A pragmatics of Links. *Journal of digital information*, 1(6). [Http://jodi.esc.soton.ac.uk/articles/v01](http://jodi.esc.soton.ac.uk/articles/v01)
- Rinaldi, Arlene (1998): The Net: User Guidelines and Netiquette. <http://www.fau.edu/netiquette/net/netiquette.html>
- Ryan, Marie-Laure (1999): Cyberspace, Virtuality, and the Text. V: Marie-Laure Ryan (ur.): *Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory*, 78–110. Indiana: Indiana University Press.
- Shields, Rob (2000): The Ethics of the Index and its Space-Time Effects. V: A. Herman & T. Swiss (ur.): *The World Wide Web and contemporary cultural theory*, 145-161. New York: Routledge.
- Tabbi, Joseph (2000): Narrative. V Thomas Swiss (ur.): *Unspun: Key Concepts for Understanding the World Wide Web*. 138–148. New York: NY University Press.

Touraine, Alain (1995): Critique of modernity. Cornwall: Blackwell.

Turkle, Sherry (1995): Life on screen: Identity in the age of the internet. Touchstone, New York.

Westrum, Ron (1991): Technologies and Society: The shaping of people and things. Belmont: Wadsworth.

Avtorjev naslov:

Dr. Gregor Petrič, docent

Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani

Kardeljeva pl. 5, SI-1000 Ljubljana

e-mail: gregor.petric@uni-lj.si

Rokopis prejet julija 2003, dokončna verzija za objavo pa decembra 2003.

*Članek je po mnenju uredništva uvrščen v kategorijo
izvirni znanstveni članek s kvantitativno argumentacijo.*