

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Gregor Gorjan

**Komuniciranje, ustvarjanje odnosov in identiteta posameznika v
spletnih skupnostih**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Gregor Gorjan

Mentorica: red. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

**Komuniciranje, ustvarjanje odnosov in identiteta posameznika v
spletnih skupnostih**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016



IZJAVA O AVTORSTVU magistrskega dela

Podpisani/-a Gregor Gorjan, z vpisno številko 21051077, sem avtor/-ica magistrskega dela z naslovom:
Komuniciranje, ustvarjanje odnosov in identiteta posameznika v spletnih skupnostih.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo magistrsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagijatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (UL RS, št. 16/07-UPB3, 68/08, 85/10 Skl.US: U-I-191/09-7, Up-916/09-16)), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagijatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela ter soglašam z objavo magistrskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 10.05.2016

Podpis avtorja/-ice:

Komuniciranje, ustvarjanje odnosov in identiteta posameznika v spletnih skupnostih

Ljudje se že od nekdaj povezujejo v skupine in skupnosti. Z razvojem interneta se pojavi nova oblika skupnosti - spletne skupnosti. Te skupnosti imajo neke svoje značilnosti, ki omogočajo izražanje resničnega jaza skupini ljudi, ki se sicer težje razkrijejo pred drugimi ljudmi. Komuniciranje preko interneta poteka na več ravneh in se bistveno razlikuje od medosebnega načina. Med drugim komuniciranje preko spleta omogoča anonimnost posameznika.

Naloga predstavi razlike med klasičnimi skupnostmi, spletnimi skupnostmi in skupinami. Predstavljen je razvoj spletnih skupnosti ter njihov vpliv na socialno anksioznost in osamljenost ljudi. Pri komuniciranju in ustvarjanju odnosov preko spleta se ljudje združujejo v skupine, kjer poleg tega, da komunicirajo med seboj, pogosto poskušajo skupaj doseči nek cilj. Spletne skupnosti imajo svoja pravila obnašanja, ta pa se lahko zelo razlikujejo od tistih v vsakdanjem življenju. Skupnosti na spletu se na svojstven način vodijo, usmerjajo in urejajo. Pogosto se ljudje iz teh skupnosti nato srečujejo in družijo tudi izven spleta.

Da bi si ogledali, kako lahko spletne skupnosti pomagajo osamljenim in ljudem s strahom pred družbo razkriti pred drugimi svoj jaz, smo opravili kratko raziskavo. V raziskavi je sodelovalo 276 ljudi, ki so s svojimi odgovori pokazali, da obstaja statistično značilna povezava med družbeno anksioznostjo in razkrivanjem resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza v realnem svetu.

Ključne besede: spletne skupnosti, družbena anksioznost, osamljenost, resnični jaz.

Communicating, creating relationships and identity of individual in internet communities

People have a history of creating groups and communities. With the advances of internet a new form of communities appears – internet communities. These communities have certain features, which enable expression of »real me« to a group of people, who would have otherwise have a difficulty to expose themselves in front of others. The communication on internet is happening on multiple levels and is significantly different from face-to-face communication. Among other thing the communication over the internet can provide anonymity to individual.

The work will present differences between classic communities, internet communities, and groups. The development of internet communities and their influence on social anxiety and loneliness will also be shown. While communicating on the internet and while creating relationships over the internet, the people gather into groups, where aside from communication amongst themselves, they often aim to achieve a certain goal. Internet communities have their own rules of rules of conduct, which can differ a lot from the rules we use in our everyday life. Communities that form online have their own specific way of being lead, guided and moderated. People from such communities would then often meet and socialize offline.

To be able to see how internet communities can help the lonely and people with social anxiety to reveal themselves among others, we prepared a short research. In the research 276 people participated in the research, and with their answers they have shown, that there is a statistically significant correlation between social anxiety and exposing the real-me on internet in relation to exposing the real-me in real life.

Key words: internet communities, social anxiety, loneliness, real-me.

Kazalo

1	Uvod.....	7
1.1	Raziskovalni problem in raziskovalno vprašanje.....	8
1.2	Cilji naloge	9
1.3	Raziskovalne metode.....	9
2	Značilnosti komuniciranja na spletu	10
2.1	Zgodovina komuniciranja preko spleta in razvoj skupnosti	10
2.2	Skupine – kako nastanejo in zakaj?.....	13
2.3	Nastanek in vrste spletnih skupnosti	18
2.3.1	Klani.....	26
2.3.2	Virtualna mesta	27
2.3.3	Korporativne spletne skupnosti.....	27
2.3.4	Edukacijske spletne skupnosti	28
2.3.5	Mobilizacijske spletne skupnosti	29
3	Uveljavljanje norm in pravil v spletnih skupnostih	30
4	Identiteta posameznika v spletnih skupnostih.....	38
5	Dejavniki komuniciranja in razkrivanja preko interneta	42
5.1	Teoretske opredelitve pojmov, hipoteze in raziskovalni model.....	43
5.2	Zbiranje podatkov in operacionalizacija pojmov	47
5.3	Podrobna analiza podatkov in interpretacija rezultatov	51
5.3.1	Univariantna analiza	51
5.3.2	Bivariantne analize.....	64
6	Sklep	68
7	Literatura.....	71
8	Priloga A - Vprašalnik	78

Kazalo Slik:

Slika 2.1:	Značilne komunikacijske strukture – KOLO.....	15
Slika 2.2:	Značilne komunikacijske strukture – VERIGA.....	15
Slika 2.3:	Značilne komunikacijske strukture – IPSILON	15
Slika 2.4:	Značilne komunikacijske strukture – KROG	15
Slika 2.5:	Bassov (1969) Difuzijski model – kaže tudi življenjsko dobo spletne skupnosti	19
Slika 2.6:	Second life 2009	20
Slika 2.7:	Second life - Character creation screen 2009	20
Slika 3.1:	Računalniška igra Counter-Strike iz leta 1999.....	31
Slika 3.2:	Prešernova Zdravljica	32
Slika 5.1:	Teoretski model razkrivanja resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza na spletu.....	45
Slika 5.2:	Teoretski model razkrivanja resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza v realnem življenju - po obdelavi podatkov	66

Kazalo Tabel

Tabela 2.1: Abeceda jezika leet	24
Tabela 5.1: Osnovne statistike anketirancev.....	47
Tabela 5.2: Razdelitev anketirancev po spolu	48
Tabela 5.3: Razdelitev anketirancev glede na izobrazbo	48
Tabela 5.4: Razporeditev anketirancev po starostnih skupinah.....	48
Tabela 5.5: Lestvica interakcijske anksioznosti.....	49
Tabela 5.6: Strah pred negativnim	50
Tabela 5.7: Opisne statistike za spremenljivko socialna anksioznost.....	52
Tabela 5.8: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na spol	53
Tabela 5.9: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na izobrazbo	54
Tabela 5.10: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na starostno skupino.....	55
Tabela 5.11: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje socialne anksioznost	56
Tabela 5.12: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje socialne anksioznosti, brez dveh indikatorjev	56
Tabela 5.13: Opisne statistike za spremenljivko osamljenost	57
Tabela 5.14: Indikatorji osamljenosti glede na spol	57
Tabela 5.15: Indikatorji osamljenosti glede na izobrazbo	58
Tabela 5.16: Indikatorji osamljenosti glede na starostne skupine	59
Tabela 5.17: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje osamljenosti	59
Tabela 5.18: Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja.....	60
Tabela 5.19: Ali obstajajo stvari, ki jih vaši internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?.....	60
Tabela 5.20: Stopnja razkrivanja resničnega jaza na internetu.....	61
Tabela 5.21: Indikatorji razkritja jaza glede na spol.....	61
Tabela 5.22: Indikatorji razkritja jaza glede na izobrazbo.....	62
Tabela 5.23: Indikatorji razkritja jaza glede na starost	62
Tabela 5.24: Statistike spremenljivke soc_anx	63
Tabela 5.25: Statistike spremenljivke lonely	63
Tabela 5.26: Statistike spremenljivke razkritje.....	64
Tabela 5.27: Korelacije spremenljivk soc_anx in loney	64
Tabela 5.28: Podatki o relevantnosti modela.....	64
Tabela 5.29: F- test	65
Tabela 5.30: Koeficienti spremenljivk soc_anx in loney.....	65

1 Uvod

Novi mediji se navadno enačijo z internetom, vendar se zaradi konvergence medijev briše meja med internetom in tradicionalnimi mediji. Pojavljajo se e-knjige, e-časopisi in revije ter tudi televizije in radiji, ki oddajajo preko spleta, digitalno mreženje, komunikacija v smeri mnogi mnogim ... Razlika med internetom in tradicionalnimi mediji je v tem, da so uporabniki na internetu obenem tudi ustvarjalci vsebine.

Čeprav se z uporabo novih medijev ni bistveno zmanjšala uporaba televizije, pa »tehnologija novih medijev spodbuja spremembe v drugih medijih«. (Flew 2005) Karakteristike interneta kot digitalno mrežene medijske tehnologije danes najdemo v različnih oblikah medijev od mobilnih telefonov, do dlančnikov, e-knjig in digitalne televizije.

Podrobneje bomo opisali spletne skupnosti, kjer bomo najprej naredili pregled kratke zgodovine od začetkov komunikacije prek spleta do prvih spletnih skupnosti. Nato bomo opisali kako nastanejo skupnosti, v čem se razlikujejo od tistih na internetu, kako so spletne skupnosti oblikovane in njihova pravila in norme, ki jih uporabniki morajo upoštevati. Spletne skupnosti lahko tudi razpadejo, zato bomo pregledali, kaj so vzroki za razpad in kakšno vlogo ima lahko posameznik v spletni skupnosti.

Da bi lahko odkrili kako posameznik dojema spletno skupnost in svojo identiteto v njej, smo pripravili raziskavo, ki je pokazala pripravljenost posameznika na razkritje resničnega jaza na spletu.

1.1 Raziskovalni problem in raziskovalno vprašanje

V zadnjih nekaj letih je internet doživel precejšnje spremembe s tako imenovanimi socialnimi omrežji, katerih namen je predvsem druženje podobno mislečih. Nekaj podobnega predstavljajo tudi blogi, forumi in masovne on-line igre. Socialna omrežja nudijo, poleg drugih stvari, tudi možnost navezovanja globljih in intimnejših stikov. Že v osnovi so spletne strani socialnih omrežij narejene tako, da omogočajo flirtanje, pošiljanje ljubezenskih sporočil in podobno. Tovrstno komuniciranje lahko sčasoma preraste v globlje razmerje. Pri tem pa se postavi vprašanje, koliko so ti podatki, ki so bili predstavljeni kot lastnosti neke osebe, dejansko resnični.

Predstavili bomo problem komunikacije preko interneta, ki je drugačna kot v tradicionalnih medijih (TV in časopisi). Internet omogoča medosebno, dvo ali več smerno komunikacijo. Le ta ni vedno in povsem svobodna, saj obstajajo tudi različne oblike cenzure. Na internetu se oblikujejo skupine, ki so po svojih značilnostih drugačne od tradicionalnih družbenih skupin. Posebej zanimivo je, da na internetu z drugimi komunicirajo tudi ljudje, ki so sicer bolj zaprti in imajo morda nek strah pred družbo.

Poskušali bomo odgovoriti na vprašanje, zakaj so ljudje bolj pripravljeni komunicirati preko interneta kot v vsakdanjem življenju. Kdo na internetu lažje razkrije svoj resnični jaz? Družba Intel (UltraYou 2012) je v svoji raziskavi jaz, predstavljen na spletu, poimenovala »ultra jaz«. Ugotovili so, da se v socialnih omrežjih z olepševanjem svoje podobe moški želijo pokazati kot bolj zabavni in drzni, ženske pa si želijo popolnega videza. Večina ljudi si želi, da bi bili bolj podobni osebi, ki jo ustvarijo na spletu. Nas pa bo v raziskavi predvsem zanimalo, kdo se ne razkrije, kdo se želi prikazati »resničen«, oziroma to lažje stori na spletu kot v običajni medosebni komunikaciji. Domnevamo, da bodo to ljudje, ki so družbeno anksiozni in osamljeni. Ti bodo, na internetu lažje razkrili svoj resnični jaz. Na zelo podobno vprašanje je skušala odgovoriti tudi raziskava o odnosih, ki nastanejo preko interneta (McKenna in drugi 2002), ki pa je ugotovila, da določene spremenljivke nimajo vpliva na razkritje resničnega jaza. Zato se z njimi tudi v naši raziskavi nismo ukvarjali.

1.2 Cilji naloge

V nalogi bo naš cilj najprej definirati različne načine komunikacije preko spleta. Ker smo se osredotočili v raziskavi na komunikacijo med osebami, bomo raziskali predvsem na komuniciranje v skupinah na spletu. Zato bomo podrobneje opredelili skupine, načine komunikacij v teh skupinah in njihove lastnosti. Komuniciranje na internetu pa ni vedno povsem odprto. Obstajajo mnoge ovire, ki so lahko tako tehnološke, kot tudi družbeno določene. V nalogi bomo definirali predvsem ovire pri komunikaciji v skupinah, ki so določene tako z družbenimi normami kot tudi s pravili, ki jih določa posamezno spletno orodje za komuniciranje. Na koncu naloge pa se bomo usmerili v posameznika in njegovo interakcijo z drugimi člani skupine. Pokazali bomo, da so se tisti, ki so bolj osamljeni in imajo strah pred družbo, bolj pripravljeni razkriti na internetu kot ostali. Poskušali bomo razložiti, zakaj je tako. Internet kot orodje tako omogoča komunikacijo in interakcijo tudi tistim, ki je morda sicer ne bi imeli.

1.3 Raziskovalne metode

Raziskovalne metode bi lahko razdelili v dva dela. V prvem delu bomo s pomočjo obstoječe strokovne literature na temo komunikacij preko interneta z doslej znanimi ugotovitvami poskušali predstaviti problem. Hkrati bomo s pomočjo že znanih dejstev in že opravljenih raziskav definirali načine komuniciranja v skupinah na spletu in pri tem tudi definirali pojme, ki so uporabljeni v nalogi. Uporabili bomo spletne baze raziskav kot je npr. ProQuest, internetne strani in številno literaturo. V drugem delu naloge bomo opravili anketno raziskavo, s katero bomo preverjali, zakaj se ljudje drugače predstavljajo preko spleta. Pri tem bomo izvedli pisni vprašalnik, na katerega je odgovorilo 276 internetnih uporabnikov, da bi preverili izbrane hipoteze.

2 Značilnosti komuniciranja na spletu

2.1 Zgodovina komuniciranja preko spleta in razvoj skupnosti

Da bi lahko razumeli komuniciranje preko spleta, si je potrebno najprej ogledati zgodovino interneta in računalniško podprtega komuniciranja, ki se precej razlikuje od vsakdanjega razgovora po telefonu ali gledanja televizije. Začetki interneta segajo v šestdeseta in sedemdeseta leta prejšnjega stoletja, ko so v ministrstvu za obrambo ZDA in nekaj raziskovalnih univerzah povezali računalnike preko DARPA (»Defense Advanced Research Program Agency«). Nastalo je omrežje imenovano Arpanet (1969), kjer so znanstveniki izmenjevali informacije in komunicirali med seboj. Omrežje je bilo del strateške obrambe pred morebitnim jedrskim napadom. Temelji na dejstvu, da če je uničen en center, drugi še vedno normalno delujejo.

Računalniki v Arpanetu so se vedno bolj uveljavljali kot sredstvo za komuniciranje preko elektronske pošte. Sprva so bila pisma poslana kot navadna pošta. Torej od enega uporabnika k drugemu. Kmalu pa so ugotovili, da se lahko informacija deli učinkoviteje. Pošta je začela prehajati od enega k mnogim in pojavile so se »mailing lists« (nekakšne liste naslovov, ki jih uporabnik lahko uporabi pri razpošiljanju pošte mnogim ljudem naenkrat). Sčasoma so postale te liste bolj specializirane za določena področja. Pojavijo se tudi prvi BBS strežniki (»Bulletin Board Servers«), ki so bili nekakšna oglasna deska, kjer se je posameznik lahko preko modema in telefonske linije priključil na strežnik in komuniciral z ostalimi uporabniki. Oboje je bilo dokaj podobno in počasi sta se obe stvari združili v novičarske skupine. Novičarske skupine so zbirale sporočila uporabnikov na centraliziran način in so omogočala interakcijo z enostavnimi odgovori. Nastale so dolge vrste sporočil, ki so generirala na stotine odgovorov. Največja novičarska skupina je poznana kot Usenet – ogromno skladišče novičarskih skupin, dostopno od skoraj vsakega računalnika s povezavo v omrežje.

V sedemdesetih je raslo število omrežij in programskih orodij za povezavo na omrežje Arpanet, ki je kmalu prerasel v internet. Internet je postal hrbtenica omrežij. Internet je decentralizirana mreža, ki

ga vodi NSF (National Science Foundation). Vendar ga nobena skupina ali organizacija ne nadzoruje. Internet danes nudi neposredno komuniciranje tako v tekstovni, kot tudi avdio in video obliki.

Internet ni bil tako v očeh javnosti dokler se na začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja v CERNu ne začne projekt World Wide Web (WWW). Začetki realno časovne računalniško podprte komunikacije preko spleta segajo v leto 1978, ko je Roy Trubshaw oblikoval prvi MUD (Multi User Dungeon). MUD je igra, podobna klasični namizni igri »Dungeons & Dragons« (Temnice in Zmaji). Ta igra je bila v tekstovni obliki na računalniku in je za razliko od prejšnjih verzij omogočala večigralski način. Igralec je lahko komuniciral z okoljem, NPC (»non-player character« – druge računalniško vodene osebe v igri) in tudi z drugimi igralci na spletu v realnem času. Igra se je kasneje razvila in dobila grafične podobe in okolje. Številne različice so še danes svetovne uspešnice in jih poznamo kot masovne mrežne igre (npr. World of Warcraft igra okoli 10 milijonov ljudi po vsem svetu, Eve Online pa okoli 280.000). Realno časovno računalniško podprto komuniciranje poteka tako preko zvoka, kot tudi z upravljanjem igralčeve podobe v igri (povzeto po Zakon 1993; Howe 2012).

Z razvojem računalniških iger je torej računalniško podprto komuniciranje prešlo v realno časovno komuniciranje. Kasneje so se pojavili programi, ki omogočajo le takšno komuniciranje (med prvimi so bili mIRC in ICQ, kasneje pa še različni drugi kot je bil npr. AOL Instant Messenger, Yahoo Messenger, Skype ...). Danes so ti programi sestavni del operacijskih sistemov in tudi spletnih strani. Iz njih so se razvile spletne strani, ki so v prvi vrsti namenjene družabnem mreženju (kot je danes npr. Facebook ali Twitter). Tovrstne strani se razlikujejo od programov za realno časovno komuniciranje predvsem po tem, da so tam objavljena sporočila pogosto javna, oziroma so dostopna vsem, ki jim to dovolimo. Realno časovno komuniciranje upošteva standarde, ki jih določa W3C. Gre za komunikacijo, kjer se klienta (uporabnika na računalniku) povežeta preko strežnika med seboj. Sporočila se nato hipoma prenesejo od pošiljatelja k prejemniku preko interneta.

Preko realno časovnega komuniciranja se ustvarjajo in nastajajo nove družbene (spletne) skupine, ki med seboj sodelujejo in si izmenjujejo različne informacije, ter so bolj ali manj povezane. Tudi te

imajo svoje začetke v računalniških igrah, kjer so se igralci začeli povezovati v klane, da bi lažje igrali proti drugim skupinam igralcev ali da bi lažje opravili svoje naloge.

Ko govorimo o komuniciranju v spletnih skupnostih, govorimo predvsem o računalniško podprtem komuniciranju. Računalniško podprto komuniciranje (»Computer mediated communication« - CMC) je definirano kot tisto, kjer komunikacija poteka preko dveh ali več v mrežo povezanih računalnikov (McQuail 2005). Danes pa so se osebni računalniki prenesli tudi v mobilne telefone, televizije in marsikatero drugo napravo. Zato je vedno več ljudi med seboj neprestano povezanih in neprestano komunicirajo preko računalniškega omrežja. Značilno za te skupnosti je tudi (Turner in drugi 2000), da čeprav te skupnosti temeljijo na CMC, ni izključeno medosebno komuniciranje.

Posebnost računalniško podprtega komuniciranja pri dinamiki nastanka in ugašanja spletnih skupnosti je tudi v skupinskem fenomenu vpliva večine, o katerem govorijo Tan in drugi (1998). Vpliv večine je verjetnost, da se manjšina raje strinja z večino, čeprav vedo, da se večina moti. Ta problem v najbolj destruktivni varianti imenujemo skupinsko razmišljanje (»groupthink«). Tan in drugi (1998, 1267) so ugotovili, da bodo ljudje iz kultur, ki poudarjajo pravice posameznika, videli računalniško podprto komuniciranje kot priložnost, da delijo svoja mnenja odkrito in da spodbijajo pozicijo večine. Na drugi strani pa ljudje iz kultur, ki ceni povezanost, lahko vidijo takšne vrste komunikacijo kot nevarnost za povezanost skupine, saj se lahko večinska pozicija spodbija.

V nasprotju s pričakovanji skupnosti ostajajo dokaj majhne in se niso razširile. Gilde, klani in različne druge vrste skupnosti so nastale na novo. Čeprav se ljudje še vedno precej srečujejo na forumih in si tam izmenjujejo »tekstualne znake kot nadomestek neverbalnemu komuniciranju« (Reid 1991) omogoča široko pasovni dostop precej več. Ljudje prevzemajo vloge karakterjev v vse bolj popularnih igrah vlog kot je na primer World of Warcraft (World of Warcraft 2016).

Prav tako poteka pogovor preko tako imenovanih »instant messaging« storitev. Torej nekakšnih storitev, ki omogočajo razgovor v realnem času in še mnogo več. Precej teh storitev ima vključen iskalnik, s katerim si lahko poiščemo osebo, s kakršno se želimo pogovarjati. Seveda je predpogoj za dober izbor, da ta oseba vključi resnične podatke o sebi v ta iskalni program. Poleg iskalnika imajo ti programi dodatne storitve kot so zvočni pogovor in video pogovor (celo konferenčni video

razgovor). Eden najbolj popularnih je Skype, program, ki ne ponuja zgolj zvočnega in video komuniciranja, temveč tudi klice na telefone, ki so na drugi strani zemeljske oble za smešno nizko ceno (manj kot 0,20 EUR na minuto). Svet tako postaja »manjši«.

Pravzaprav obstaja povezava oz. skupna interakcija obeh načinov komuniciranja. Podobno se lahko ugotovi npr. ob spremljanju skupnosti avtomobilov starodobnikov v Sloveniji, kjer bodo poleg druženja preko spleta organizirani razni pikniki in na primer reliji s starodobniki.

2.2 Skupine – kako nastanejo in zakaj?

Ljudje imamo, podobno kot živali, težnjo po združevanju v skupine. Tako poznamo skupine kot so družina, šolski razred, vrstniki, prijatelji, znanci, sodelavci... Pravzaprav precejšen del življenja preživimo v nekih skupinah. Praviloma, za razliko od precej živali, vanje vstopamo zaradi lastnih potreb. Tako v skupinah (Ule 1997, 368):

- zadovoljujemo svoje osnovne potrebe (v primarnih skupinah),
- uresničujemo različne kulturno specifične potrebe in interese, načrte, delovne naloge, potrebo po zabavi (v sekundarnih skupinah),
- ustvarjamo male socialne mikrosvetove (v referenčnih skupinah).

Švedski znanstvenik Jacob Palme (2000) je navedel vrsto razlogov, zakaj ljudje uživajo v komunikaciji v skupinah na internetu. Vzbuja jim status in samozavest, ker komunicirajo s strokovnjaki na nekem področju. Pridobijo samozaupanje (»confidence«), ker so na tekočem v svojem strokovnem področju. Kolegialnost jim omogoča, da se zoperstavijo osamljenosti skozi interakcijo z ljudmi, ki si delijo njihove interese. Uživajo tudi zaradi navdiha (skupine omogočajo izmenjavo idej) in velikodušnost, saj v teh skupinah dobijo nasvet in podporo.

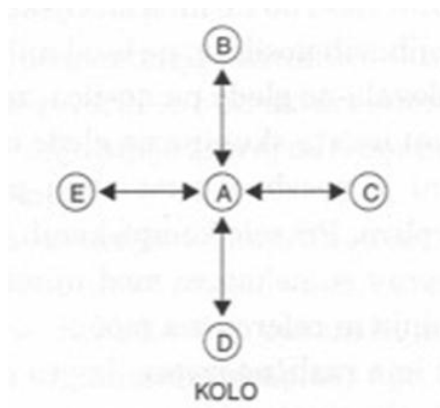
Ko oblikujemo skupine, vstopamo v interakcijo s člani teh skupin. Tako se odvija v skupini polno manjših ali večjih dogodkov, ki člane združujejo ali razdružujejo. Pri tem so zelo pomembni elementi strukture v skupini, predvsem tisti, na katere je skupina občutljiva, če se spremenijo. To so lahko posamezniki ali njihovi položaji v skupini. Elementi strukture se pokažejo takrat, ko jih ni. Na

primer, če posameznik odide in to povzroči pretrse, potem je bil ta posameznik pomemben v skupini. Če pa se nič ne zgodi, pomeni, da so položaji članov strukturni elementi skupine (Fraser 1978).

Emocionalna struktura skupine je posledica socialno-emocionalnih potreb članov skupine in njihovega zadovoljevanja. Med posamezniki se v relativno trajnih skupinah tako razvije mreža naklonjenosti, simpatij, antipatij, prestiža ali spregleda. Člani skupine nimajo do vseh enakih odnosov. Določene potrebe lažje zadovoljujejo z enimi, druge z drugimi člani skupine (Ule 1997).

Pri ustvarjanju in grajenju emocionalne strukture skupine je gotovo pomembna tudi komunikacijska struktura (položaji posameznikov ali posamezniki sami) in način komuniciranja med člani v skupini. Diagrami komunikacijskih mrež kažejo različne tipe komuniciranja med člani v skupini. Lahko so podobni kolesu (Slika 2.1), kjer en član v centru komunicira z ostalimi. Pri verižni mreži (Slika 2.2) lahko člani s srednjo pozicijo komunicirajo neposredno z dvema najbližjima, drugi le z enim. Pri ipsilon (Y) obliki (Slika 2.3) lahko centralni član komunicira z tremi, drugi pa le z enim članom. Pri krogu (Slika 2.4) pa vsak član neposredno komunicira s sosednjimi člani.

Slika 2.1: Značilne komunikacijske strukture – KOLO



Vir: Psihologija skupin (Rot 1983)

Slika 2.2: Značilne komunikacijske strukture – VERIGA



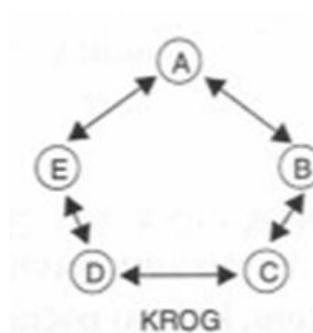
Vir: Psihologija skupin (Rot 1983)

Slika 2.3: Značilne komunikacijske strukture – IPSILON



Vir: Psihologija skupin (Rot 1983)

Slika 2.4: Značilne komunikacijske strukture – KROG



Vir: Psihologija skupin (Rot 1983)

Možnosti komunikacijskih struktur je seveda še veliko več, saj je tudi možnih kombinacij veliko. Prav tako pa je komuniciranje odvisno tudi od velikosti skupine. Pri spletnih skupnostih obstajajo neke specifične lastnosti skupinskega komuniciranja, ki ga delajo za posebnega. Tako se lahko zgodi, da en član hkrati komunicira z mnogimi (morda tudi nevede). Po drugi strani pa istočasno poteka komunikacija med člani skupine oziroma samo z enim članom.

Dinamika skupin, ki se oblikujejo na internetu, je presenetljivo podobna navadnim skupinam. Becker (2003) je opravila zanimiv eksperiment, kjer je poskušala ugotoviti, kako se bodo skupine

formirale in obnašale, ko so morali študenti opraviti projektno nalogo zgolj preko spletne skupnosti, ki so si jo sami ustvarili. Odnosi v skupinski dinamiki in razvoju skupine so sledili fazam, ki jih je podrobneje opisal Tuckman (2001). Vsaka faza ima specifično strukturo skupine (vzorec medosebnih odnosov) in aktivnosti glede naloge (se pravi vsebino, ki je vezana na nalogo skupine). Tako gre skupina skozi faze kreiranja, razmišljanja, normiranja, delovanja in zaključevanja. Vse te faze imajo karakteristična in opazna vedenja in delovanja posameznikov.

Becker (2003) je pri tem ugotovila, da so posamezniki, ki bi mogoče težje sodelovali v delovni skupini pri neposredni osebni komunikaciji, lažje sodelovali v internetni skupini. Na primer pri sodelovanju v diskusiji internetne skupine, so tisti, katerim angleški jezik ni bil materni, lažje sodelovali. Ker je komunikacija v skupini potekala z zamikom, jim je to dalo dovolj časa, da oblikujejo svoj odgovor. Tako so se ti posamezniki lažje izrazili pred drugimi člani v skupini.

Obstajajo različne vrste moči kot so legitimne moči, moči ekspertov, informacijske moči... Seveda so te moči odvisne od osebnostnih lastnosti njihovih nosilcev in ne le od njihovih položajev v skupini. »Struktura moči je posebno pomembna pri vodenju skupine in pri usmerjanju skupinskega vpliva.« (Ule 1997, 376) In ta struktura moči ima v klasičnih skupinah različne izvore:

- v potrebah po učinkovitosti skupine,
- v osebnih karakteristikah članov (dominantnost, avtoritativnost),
- v razlikah med člani skupine (v izobrazbi, informiranosti, statusih...).

Pri tem je »struktura moči le delno vnaprej določena (formalni statusi članov), ker gre predvsem za proces, ki je posledica različnih dejavnikov, določenih odnosov v skupini, ki pa se lahko spreminjajo. Tako se tudi struktura moči v skupini lahko spreminja.« (Ule 1997, 376)

Toda to se redkeje zgodi pri spletnih skupnostih. Moč je namreč pogostokrat določena z lastništvom strežnika oz. foruma ali klepetalnice. Kdor se ne strinja s pravili, ki jih postavijo skrbniki, je iz skupine izključen oziroma dobi prepoved (angl. »ban«) sodelovanja v skupini. Ali kot je dejal skrbnik foruma (torej spletne skupnosti) Home of the Underdogs (spletne strani, ki zastonj ponuja igre, ki jih ni možno več kupiti):

To počenjam za lastno zabavo v svojem prostem času. Nisem plačan za to. To pomeni, da si, tako kot natakara in osebe v baru, pridržujem pravico, da ne poslušam s tabo, če se obnašaš izkoriščevalsko do mene. To je seveda drugače od kritike mojega dela. Uporaba kakršnih koli žaljivk proti meni bo imelo za posledico – uganil si – prepoved. In nazadnje, ne odgovarjam mi z argumenti o svobodi govora. To je hiša. Če si kogarkoli užalil ali se obnašal kot neumnež v moji hiši, te bom prisilil v odhod. (The Underdogs Forums 2012)

Dejavnik, ki lahko pokaže na omejitve moči skrbnikov, je znanje, s katerim je možno »razbiti« kodo programa in tako uničiti skupnost¹. In tako smo že pri prvi potencialni težavi skupin na spletu. Njihova kohezivnost je odvisna tudi od načina vodenja, ki pa ni določeno na osnovi strokovnosti, temveč predvsem kapitala oziroma lastništva foruma (oglasne deske), kjer se spletna skupnost srečuje.

Poleg lastništva strežnikov obstaja tudi nekaj očitnih načinov (Palme 2000), preko katerih se vzdržuje kohezija skupine in solidarnost. Mnogi od teh načinov ne bi bili nikoli sprejemljivi v medosebni komunikaciji, na spletu pa so nekaj običajnega.

- Netiketa (»netiquette«) – pogosto nenapisana pravila glede tega, kaj je vljudno, spoštljivo, družabno vedenje na spletu
- Znaki – v virtualnih okoljih (kot so npr. MUD) in v razgovoru na spletu so navadno jasno zapisana navodila in razlage, kaj so stvari in kaj se pričakuje od sodelujočih, da naredijo.
- FAQ – ta so skupna značilnost večjih okolij v kiberprostoru – tudi na spletu. So zbirka pogostih vprašanj in odgovorov, ki vodijo ljudi do uporabnih informacij in hkrati vzdržujejo občutek nežne družbene kontrole nad aktivnostmi udeležencev.

¹ V letu 2005, je dokaj velika skupnost doživela razpad na dva dela, med katerima pa se sedaj (z legalnimi sredstvi) bije boj za prevlado. Gre za razvojne forume modifikacije (oz. priredbe) za igro Half-life – Firearms (danes razdeljeno na »World at war« in »Firearms 2«). Forum so sestavljali strokovnjaki, ki so programirali spremembe in uporabniki, ki so skrbeli za nove ideje, povratne informacije... Forumi so zaradi notranjih trenj v skupini in izkoriščanja skrbniške moči doživeli že precej napadov hekerjev od zunaj. Le ti so jim iz užaljenosti, ker so jim prepovedali sodelovanje v skupnosti (nekaterim upravičeno), enkrat že uspešno uničili forume. Toda zaradi marljivega dela nekaterih moderatorjev so forume uspeli obnoviti. Ti so delovali vse dokler trenja niso ponovno narasla. Sledil je zadnji, zelo uspešen, hekerski napad, ki je uspešno uničil forume. Kmalu so postavili povsem nove forume, z novimi pravili. Ker pa je medtem minilo že precej časa, sta se skupini razdelili in vsaka je začela z razvojem novih modifikacij. Kot je opaziti, so trenja ponehala, neposrednih osebnih napadov je bilo manj, nastali pa sta dve novi spletni skupnosti. Vsaka s svojimi skrbniki in moderatorji, ter s svojimi pravili vedenja v spletni skupnosti.

2.3 Nastanek in vrste spletnih skupnosti

Komunikacija preko spleta je večplastna. Pri tem mediju najdemo komunikacijo v smeri mnogimnogim (npr. ko organizacije sporočajo javnosti), posameznik-mnogim (npr. blog, osebna stran...) ter tudi posameznik-posamezniku (npr. preko različnih prenosnikov sporočil in e-pošte).

S pomočjo iskalnikov, napredovanja v standardih programov (npr. php, HTML5...) in specifičnega načina komuniciranja pa so se sčasoma našli ljudje s podobnimi interesi in nastale so prve skupine.

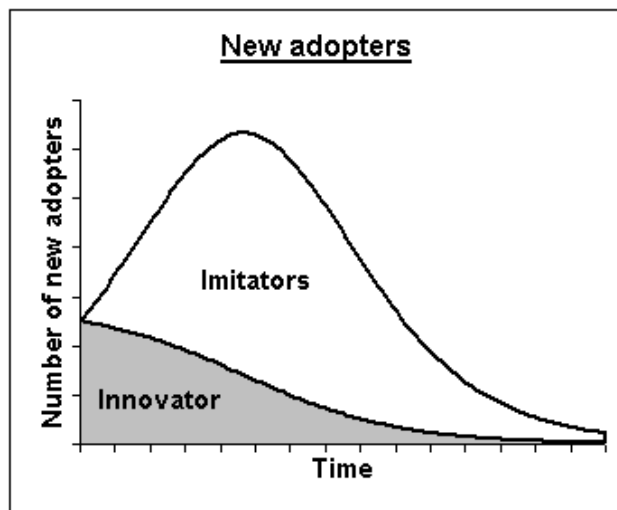
Sprva so te skupine delovale v nekem omejenem obsegu (na BBS strežnikih, v IRC kanalih). S pomočjo boljših komunikacijskih sredstev (programov) in razširitvijo interneta med množice, so se skupine kasneje povečale in razširile obseg delovanja. Nastale so spletne skupnosti, ki niso nujno lokalne. Mnoge med njimi so globalne. In mnoge teh skupnosti so ogromne. Vezi so lahko tesnejše (predvsem v manjših, ožje usmerjenih) ali bolj ohlapne (v večjih kot je npr. Drupal).

Internet je torej tudi skupnostni medij. Skupnostni mediji (medij skupnosti-community media) so mediji, ki dovoljujejo dostop in zajemajo participacijo (skupnosti). Alternativni tisk nam pokaže, da imajo mediji, ki bazirajo na skupnosti, kulturo ustvarjanja, ki je precej drugačna od profesionalnih medijev. Bralce pretvorijo v pisatelje in tako prinesejo nove ideje v kulturno sfero. Ravno to osebno izražanje idej omogoča skupnosti, da sama sebe lažje razume (Ellie 2006). Vendar pa spletne skupnosti niso nujno lokalne.

Spletne skupnosti izvirajo še iz začetkov interneta. Prvi raziskovalci, ki so se ukvarjali s spletnimi skupnostmi, so jih imenovali virtualne skupnosti, saj je internet neke vrste virtualni svet. Vendar pa je s časom postalo vse bolj jasno, da je tudi internet nekaj povsem realnega. Res pa je, da se precej skupnosti še vedno oblikuje v virtualnih svetovih. Z razvojem tehnologij pa so se spreminjale in razvijale tudi spletne skupnosti. Howard Rheingold (2000) jih podrobno opisuje v svoji knjigi (sicer virtualne skupnosti) "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier". Čeprav se pri definiranju ne drži dosledno znanstvenega načina opisovanja, mu kljub temu gre zasluga za podroben opis in predstavitev spletnih skupnosti. Sam termin je namreč izjemno težko natančno definirati, saj se sam predmet raziskave zelo hitro spreminja. Zato jih je težko preučiti bolj natančno in na dolgi rok. Skupnosti namreč "zaživijo" in "umrejo" v dokaj kratkem časovnem obdobju.

Obstajajo tudi matematični izračuni in krivulje, ki nam prikažejo življenjsko dobo internetne skupnosti in obenem razkrijejo težavo, zaradi katere je definiranje pojma problematično.

Slika 2.5: Bassov (1969) Difuzijski model – kaže tudi življenjsko dobo spletne skupnosti



Vir: Wikipedia (2016a)

Spletne skupnosti se razlikujejo tudi po načinu sodelovanja posameznika v skupnosti. Od kar sta se pojavili prvi takšni skupnosti USENET (1980) in WELL (1985), se je ogromno spremenilo. Zaradi napredka v tehnologiji so spletne skupnosti postajale vse bolj kompleksno zasnovane. Ljudje, ki so prej imeli samo psevdonim, imajo danes virtualne obraze, stile oblačenja in tudi virtualni spol.

Slika 2.6: Second life 2009



Vir: Second Life (2009)

Slika 2.7: Second life - Character creation screen 2009



Vir: Second Life (2009)

Spletna skupnost je umetna in na videz dokaj nepovezana skupnost ljudi, ki se srečujejo na internetu. Rheingold (2000) jih je imenoval virtualne skupnosti, saj se po njegovem ljudje srečujejo v virtualnem svetu. In čeprav je termin drugačen, v resnici opisuje enako skupino ljudi, ki se srečuje na spletu. Navadno jih družijo neka specifična lastnost (npr. ljubezen do avtomobilov). Značilnost spletne skupnosti je, da so v njej ljudje iz medsebojno različnih geografskih lokacij. V nasprotju s

klasičnimi skupnostmi, kjer so ljudje med seboj povezani tudi zato, ker živijo dokaj blizu skupaj, so tu popolnoma ločeni. Margaret Levine Young in John R. Levine (2001) definirata tovrstne skupnosti kot ohlapne mrežne povezave poklicnih ljudi in deležnikov, ki uporabljajo internetno tehnologijo za izmenjavo idej in sodelovanje pri reševanju problemov (Levine, Young in Young 2001). Skupnost po njunem raste in privablja nove člane skozi vrednosti idej, ki so izmenjane in s strastjo sodelujočih. Seveda se vse dogaja s pomočjo e-pošte in novičarskih skupin. Danes pa je bolj običajno najti skupnosti na elektronskih oglaševalskih deskah oz. forumih. Razlika je predvsem v tem, da so forumi javni in jih navadno lahko bere vsak, ne le pridružen član.

Bistvo skupnosti je v izmenjavi znanja in podpori. Učinkovite ustvarijo okolje, kjer se ljudje počutijo varne pri izmenjavi idej in pri izražanju o stvareh, ki vplivajo na njihovo delo in osebna življenja. Tovrstne skupnosti zaposlenih delujejo v smeri stimulacije inovacij in oblikujejo vezi v globalnih organizacijah. Pred kratkim so v zelo uspešnih globalnih podjetjih, kot sta Sony in Hewlett Packard razvili odprte skupnosti za zaposlene, potrošnike in zainteresirane, da bi se tam lahko pogovarjali o izdelkih. Takšne skupnosti pripomorejo k osebni povezavi med potrošniki in podjetjem. (Levine, Young in Young 2001)

Jankowski se z Rheingoldovim poimenovanjem virtualne skupnosti ne strinja povsem in meni, da bi jih bilo verjetno bolj pravilno poimenovati internetne skupnosti.

Rheingold (2000) jih je imenoval virtualne skupnosti, ker se posamezniki srečujejo v umetno ustvarjenem navideznem svetu. Vendar pa se izkaže, da je tovrstno pojmovanje preveč nenatančno, da bi ga lahko uporabljali. Verjetno je bolj pravilno internetne skupnosti. Svet, v katerem se posamezniki srečujejo, ni navidezen, temveč dejansko obstaja. Kljub poimenovanju in pomanjkanju teoretične podlage je Rheingold te skupnosti dokaj dobro opisal. (Jankowski 2002)

Osnovna ideja virtualnih skupnosti je, da se te skupnosti lahko oblikujejo z različnim številom posameznikov preko interneta po svoji izbiri ali kot odgovor na nek stimulus (Rheingold 1994). Tovrstne skupnosti so postale pomembne tako za razvijalce različne programske opreme kot tudi drugih izdelkov in storitev. Nudijo namreč izredno dober vir povratnih informacij in včasih tudi rešitev problemov.

Lindlof in Shartzter (1998) jih definirata kot tisto skupnost, ki jo ustvarijo ljudje, ki si delijo skupne interese. Le ti pa se pogosto vrtijo okoli določenih tekstov ali »tropes«, uvoženih iz drugih področij, kot npr. soap opere in njihovi karakterji. Vendar se danes (več kot 15 let po njunih ugotovitvah) skupnosti oblikujejo še na podlagi drugih stvari. Kot so npr. razvoj odprto kodne programske opreme, arhiviranje in zbirateljstvo, šport (npr. oboževalci klubov, igralcev, športa ali lige), kronične bolezni ...

Zaradi hitrih sprememb v tehnologiji se spreminjajo tudi pogoji, pod katerimi skupnosti nastanejo. Tipični pogoji za nastanek spletnih skupnosti dandanes torej zajemajo (McQuail 2005): manjšinski status, fizično oddaljenost članov in stopnja intenzivnosti interesa. Stopnja intenzivnosti interesa je ključna, saj če je interesa malo, se skupnost ne razvije, oziroma lahko hitro propade z upadom interesa za neko področje ali tekst.

Podobno je ugotavljal Jones (1995) in sicer, da je pomembno pri spletnih skupnostih to, da so ljudje v teh skupnostnih pogosto med seboj geografsko oddaljeni. Pa vendar delujejo kot skupnost - si med seboj pomagajo, sodelujejo. Zato Jones kritizira sociologe, ki skupnost omejujejo na med seboj povezane ljudi, ki so si geografsko blizu.

Nadalje McQuail (2005) ugotavlja, da imajo spletne skupnosti tudi nekatere skupne značilnosti: interakcijo, skupen namen, občutek identitete in pripadnosti, različne norme in nepisana pravila (npr. »netiquette«), ter imajo možnost vključevanja in izključevanja.

Občutek identitete in pripadnosti gotovo ni tako močan kot v tradicionalnih skupnostih. Vseeno pa se člani, ki so bili izključeni zaradi nespoštovanja norm skupnosti, lahko počutijo zapostavljene. Niso redki primeri, ko se takšni člani obrnejo proti skupnosti in ji poskušajo škodovati, ker so bili izločeni. Bistvo skupnosti je vendarle povezava med člani, ki jo zagotavlja internet. In ravno to povezavo skušajo navadno zrušiti s hekerskimi povračilnimi napadi². Spet drugi odidejo prostovoljno ali se sprijaznijo z izključitvijo. Ena od značilnosti teh skupnosti je ravno relativno krhka povezanost med člani.

²Forum modifikacije za igro Half- life je na primer bil dvakrat napaden s strani nekdanjih članov, ki so jim prepovedali dostop. Podobno se je zgodilo na eni najbolj branih strani Abandonia, ki se ukvarja z arhiviranjem starih MS-DOS programov in predvsem iger. Tudi ta stran je bila žrtev napada, ko je bivši uporabnik z napadom dobil geslo za dostop do strežnika in pobrisal datoteke drugih uporabnikov in lastnikov.

»Čeprav obstaja nekaj povezanosti s tradicionalnimi skupnostmi, pa za virtualne , ki so nastale s pomočjo novih medijev velja, da so bolj negotove, fluidne in kozmopolitanske (svetovljanske) namesto lokalne« (Slevin 2000).

Spletne skupnosti pa imajo še eno posebnost pri interakciji. Kot je že ugotavljal Rheingold (1993b), so nekatere izoblikovale celo svoj jezik. Ta se je popolnoma na novo oblikoval iz nekakšne mešanice jezikov, kjer je glavno vlogo imela angleščina. Ker pa se stvari danes hitro spreminjajo, je tudi razvoj jezika hitro napredoval in tako so sedaj razvili tudi svojo pisavo. Najbolj očitno je to pri igričarskih skupnostih, kjer »leet« jezik (ali 1337), vsebuje šale, ki jih mnogi izven skupnosti ne razumejo. Ta jezik ima slovnično zelo ohlapno strukturo in vključuje besede kot so h4x0rz, ch34732, n00b, w00t, pwn3d, pwn4g3, kekeke, 11... Še pred razvojem tega jezika je obstajal »AOL-messaging jezik«, kjer so prevladovali smeški in okrajšave besed. Večina jezika se zdi povezana z znanstveno fantastiko in mitskimi serijami, knjigami in filmi, kot je na primer Gospodar prstanov.

Tabela 2.1: Abeceda jezika leet

A	B*	C	D*	E	F	G*	H	I*	J	K	L*	M	N	O*	P	Q	R*	S	T*	U	V	W	X	Y	Z*
4	6	o		3	] =	6	/ - /	1	_	X	1	v	\	0	*	(_ ,)	2	5	7	M	\ /	\ \ /	%	j	2
Λ	13	<	o		ph	&	[-]	!	_ /	<	£	em	^ /	()	o	() _	12	\$	+	_	√	vv	> <	^ /	~ / _
@	I3	(	ø	&	}	(_ +	] - [		]]	{	1 _	] V [	// \ \ /	oh	°	0 _	?	z	- -	Y3W	\ \ /	' / /	Ж	` {	%
/ \	3	(	] }	€	=	9	) - (	eye	z	g		(T)	/ \ /	[]	^ (o)	<	/2	\$	1	L		\ \ '	) (	- /	> _
^	ß	@	[]	£	(=	C -	(-)	3y3	< /	_	[V]	[\]	p	>	9	I2	ehs	'] ['	μ		\ ^ /	ecks	Ψ	3	
aye	P>	I>	ë	I=	gee	: - :	i	/	1J	nn	< \ >	x	"	O,	^	es	†				(n)	x	φ	7 _	
ø	:	>	[-		(V,	~	] [	j	-	// \ \ / \ \	(\)	Ω	?	~							\ V /	*	λ		
ci	:3	?	= -		(_ -	-	:			\ /	[] \	9	1z								\ X /	) (	ϣ		
λ	(3	T)			cj	] ~ [	]]			/ \ \	// []	[] D	⊙								\ _ /	ex	≠		
Z	/3	0				{				(u)	/V	°	2								\ \ / \ \ /				
	)3	8				?				(V)	m	7	[z								\ _ : _ /				
		c1				) - (				(\ /	[] \ []	α	`								(/ \)				
	]3					#				/ \ \	] \ [	ρ	12								] I [				
										^ ^	~	g	Я								LL1				
										/ /		⊙	Б								UU				
										//.											W				
										. \ \											u				
										/ ^ ^ \															
										/ V \															
										[] \ / []															
										^ ^															

- 0 can be used for O (or D)
- 1 can be used for I (or L)
- 2 can be used for Z (or R and Ä)
- 3 can be used for E
- 4 can be used for A
- 5 can be used for S
- 6 can be used for G (or B)
- 7 can be used for T (or L)
- 8 can be used for B
- 9 can be used for P (or G and Q)

Please note this table is to be used as a guide and not a full translation tool. Leet is ever-changing and not all replacements will, or can, be included.

Vir: Wikipedia (2009)

V spletnih skupnostih še vedno prevladuje tekstualni način komuniciranja, kot so npr. besede na ekranu, da člani lahko izmenjujejo užitke, se kregajo, sodelujejo v intelektualni diskusiji, imajo možganske nevihte, se zaljubijo, izmenjujejo čenče, flirtajo... Toda pri vsem tem, kot ugotavljata Fernback in Thompson (Fernback in Thompson 1996), puščamo svoja telesa zunaj. S pojavom in vzponom novih tehnologij pa postajajo vedno bolj pomembni drugi načini komunikacij (video, zvočna...).

Poleg teoretikov, ki poudarjajo povezanost v teh skupnostih in jih primerjajo s tradicionalnimi, obstaja tudi precej skeptikov. Obstajajo dvomi v pristnost teh skupnosti (Beninger 1987). Problemi so namreč pri identiteti - osebnosti v komuniciranju preko računalnika so lahko prevzete in niso

resnične. Vstop v skupnost od novega člana navadno zahteva, da si izbere svoje uporabniško ime, ki bo vidno drugim članom, kot tudi spol in lokacijo, od koder prihaja.

Skupnosti imajo zaradi tega tudi problem informacij oziroma dezinformacij o uporabnikih (Baym 2002). Le te so lahko napačne oziroma je enostavno širiti napačne informacije, saj je precej stvari lahko (vsaj na videz) pod drugimi imeni (problem kraje identitete), ali so enostavno anonimne.

Skupnost na nek način sestavljajo tudi t.i. »lurkerji« oziroma opazovalci, a se ne udeležujejo debate ali ne sodelujejo v njej. Informacije in skupnost spremljajo nekako izza vogala (»na skrivaj«). Tudi ti lahko širijo informacije v druge skupnosti. Ali na ta način celo nadzirajo skupnost.

Eden večjih problemov je vsekakor tudi pomanjkanje predanosti članov (Postman 1993) – ni elementa odgovornosti in skupnih zavez. To se lahko pokaže npr. pri razvoju programov, kjer roki niso dokončni, včasih pa se tudi ne trudijo popraviti vseh hroščev. V tem primeru bolje deluje večja skupnost, saj je večja verjetnost, da bo ta imela več posameznikov s čutom odgovornosti.

Ker je ob vključitvi v spletno skupnost (vsaj v občutku) vedno dostopna celota (saj smo obenem priključeni na internet), ima to morda tudi nekaj negativnih posledic. Mednje sodi povečevanje izolacije posameznika. Pri tem pomisleku gre predvsem za to, da »sodobna tehnologija spodbuja k temu, da se ljudje osredičajo okrog medija komuniciranja, da so medosebni stiki in odnosi posredovani in da pozabljajo na socialni kontekst svojega početja« (Ule 2005, 412). Toda tu je še druga plat medalje. Mnogo ljudi, ki ima morda v resničnem življenju nekakšne težave z navezovanjem stikov, jih lahko naveže prek spletne skupnosti. Ti stiki se morda zdijo prazni, nepristni. Pa vendar se, na primer, člani klana ali gilde srečajo tudi v živo. V tovrstnih internetnih skupnostih so dobro znane tako imenovane »LAN zabave«. Gre za to, da se pripadniki klana srečajo v živo (nekateri prepotujejo več sto kilometrov s tem namenom). Nato postavijo strežnike v LAN mrežo (to je računalniška mreža, kjer so računalniki neposredno povezani drug z drugim in ne preko interneta) in nato odigrajo nekaj iger. Navadno temu sledi boljše spoznavanje članov, navezovanje globljih stikov, dogovori za vojne klanov (tekmovanja med klani)...

Izstop iz spletne skupnosti je lahko za posameznika zelo boleč. In to ne samo zanj, temveč za celotno skupnost. Zdi se, da so ostali člani šokirani in užaljeni. Saj je navadno za izstop krivo neko osebno nesoglasje, ki pa se ravno zaradi načina dodelitve moči v spletni skupnosti (avtorsko) ne

more razrešiti. Zato posamezniku ne preostane drugega, kot da odide. Še posebej, če gre pri skupnosti za nek delovni tim usmerjen k nekim ciljem, kar pogostokrat te skupnosti tudi so. S timom pa je podobno kot z družino.

»Morda te postavi na noge, a zato, da pobegneš. Kadar pa je dovolj topla in zaupanja vredna, odraste v njej samozavesten posameznik, ki nima potrebe izstopati in mu je v veliko veselje sodelovanje ob kresanju različnih mnenj.« (Praper v Mayer 2001, 39)

In v tej luči je moč hitro videti, zakaj je izstop lahko za posameznika šok. Naenkrat razvije samozavest in začuti, da je prišel čas odhoda. Začuti, da ni administrator foruma tisti, ki mu kroji usodo. Zato ve, da mora zapustiti skupnost, obenem pa mu je hudo, saj izgubi precej prijateljev, ki jim je prej verjetno zaupal svoje želje, sanje, težave... Glede na to, da so skupnosti precej usmerjene k rešitvi problema, se lahko posameznik, ki izstopi, čuti tudi izdanega, saj je vendar precej ostalim v skupini pomagal, nato pa so ga ti prisilili v odhod.

Ker je izstop iz spletne skupnosti vseeno relativno enostaven, nekateri avtorji (Petrič in Petričič 2008) opozarjajo, da je za obstanek skupnosti ključno grajenje vezi za vzdrževanje skupnosti. Spletna skupnost je tako odvisna od družbene kohezije v skupnosti, medsebojnega zaupanja članov skupnosti in sodelovanja članov pri ohranjanju skupnosti.

2.3.1 Klani

Ko so postale prvoosebne strelske igre popularne, so se pojavili klani, ki so tekmovali med seboj. Klani so kasneje postali tekmovalne ekipe, ali pa so elitni člani klanov oblikovali posebne tekmovalne ekipe, ki so predstavljale klan v boju na spletu (Wagner 2007). Klani so (v svetu internetnih iger) tako zelo tesno povezane skupine. Pripadniki klana so razpoznavni med drugimi klani po svojih nazivih, ki jih uporabljajo kot vzdevke na forumih. Pogosto pri tem dodajo vzdevkom kratice, ki jih ločijo od drugih (navadno v »leet« jeziku). Velja nekakšno pravilo, kodeks, da ni dovoljeno lažno predstavljanje pod drugim klanom. Posledice so lahko pogubne. Izključitev iz skupnosti ali forumov je še najmanjša kazen. Verjetno ena najhujših je hekerski napad, ki bi ga lahko doživel vsiljivec. Upoštevati moramo, da so v klanih pogosto strokovnjaki in izobraženci, ki so

(nekateri) dobro podkovani v računalniških jezikih. To je potrebno že zato, ker namestitev strežnika, kjer klan trenira, ni vedno enostavna in nekaj je vendarle treba znati o računalniških omrežjih in varnosti na spletu. Če pa znanja ni dovolj, se lahko zgodi, da na pomoč priskoči kakšen drug klan.

Obstajajo tudi »črni klani« sestavljeni iz ljudi, ki uživajo, ko drugim povzročajo težave. Takšne klane ostali preganjajo. Pogosto se zato skujejo zavezništva med nasprotnimi klani z namenom, da ukanijo in uničijo, ali vsaj onemogočijo te nezaželene skupine.

2.3.2 Virtualna mesta

Virtualna mesta se od klasičnih spletnih skupnosti ločijo predvsem po tem, da gre za skupnost, ki ni geografsko ločena, temveč dejansko živi skupaj. Ljudje takšna virtualna mesta uporabljajo za različne vsakodnevne aktivnosti in srečevanje z znanci (Dodge, Smith in Doyle 1997). V Sloveniji je bilo eno prvih takšnih mest Velenje (dostopno prek: www.velenje.com). Gre za spletno stran, ki ni uradna stran mesta in mestne oblasti. Na tej strani lahko uporabniki najdejo številne pomoči strokovnjakov (od zdravstvenih nasvetov do računalniških in pravnih), poleg tega poteka na forumih diskusija o dogajanju v lokalni skupnosti. Stran po večini ni cenzurirana, zato se na sliki dneva pogosto najdejo napake lokalnih in državnih političnih veljakov (npr. napačno parkiran Jelinčičev avto, ali pa razvratna zabava direktorja podjetja v stečaju ipd.). Ob tem se razvijejo številne diskusije med ljudmi. Edini problem je, ker ni celotno mesto povezano v skupnost preko tega virtualnega mesta in jo samo nekateri obiskujejo.

2.3.3 Korporativne spletne skupnosti

Spletne skupnosti se lahko oblikujejo tudi kot podporna skupina izdelkom ali storitvam, ko podjetje preko forumov celo rekrutira svoje privržence, da pomagajo drugim. Takšne skupnosti bi lahko imenovali korporativne skupnosti. Korporacije in podjetja v teh skupnostih predajo (vsaj delno) podporo nekomu drugemu, obenem pa vzdržujejo imidž svoje blagovne znamke med uporabniki. Z omogočanjem interakcije med strankami in med stranko ter podjetjem, lahko podjetja spodbudijo globlje odnose s kupci tako, da priredijo izdelke in storitve potrebam potrošnikov in njihovim

interesom (Amrstrong in Hagel v Lesser in drugi 2011, 85). Za člane teh spletnih skupnosti in uporabnike izdelkov, so na voljo različne akcije, tekmovanja, kvizi... Podjetje Gorenje iz Velenja ima en tak portal na spletnem naslovu www.go-design.si. Podobne skupnosti ima na primer tudi računalniški gigant HP ali nVidia, kjer uporabniki aktivno sodelujejo pri razvoju izdelkov.

Korporativne skupnosti pa se uporabljajo tudi za oglaševanje novih izdelkov, saj ima podjetje preko tovrstnih spletnih skupnosti neposreden stik s končnim potrošnikom. Internet prinaša s seboj tudi nevarnost socialne pasivizacije. »Trgovina vstopa v naš dom, v našo zasebnost.« (Ule 2005, 413) Eden od pristopov pri t.i. gverilskem marketingu je ravno oglaševanje preko spletnih skupnosti. Pri tem ne gre zgolj za ponujanje storitev, ampak tudi za tako imenovani »data mining«, kjer se zbirajo podatki o potrošnikih. (Fernback 2000). Zato, da se širi beseda o izdelku ali storitvi pa se »izkoriščajo« celo otroci, ki dobijo plačano za, na primer, govorjenje o prihajajoči novi računalniški igri ali igračici.

Čeprav obstaja veliko orodij za množično komuniciranje, ki omogočajo gradnjo korporativnih spletnih skupnosti, pa vse preveč podjetij le namesti ta orodja in se s spletnimi skupnostmi nato ne ukvarja. Petrič in Petričič (2008) opozarjata ravno na to dejstvo, saj namestitev orodja za množično komuniciranje ni dovolj, da se korporacijska spletna skupnost kreira in vzdržuje. Potreben je dober moderacijski pristop, ki bo člane med seboj povezal, da bodo člani v takšni skupnosti lahko zgradili tudi svojo identiteto v skupnostih in tako okrepili povezanost med člani in pripadnost do podjetja, izdelka ali blagovne znamke.

2.3.4 Edukacijske spletne skupnosti

Edukacijske skupnosti so spletne skupnosti, ki ljudi izobražujejo in širijo znanje. Z novimi načini komuniciranja se povečuje ekonomska odvisnost, saj sta »tudi informacija in znanje postala blago« (Ule 2005, 413). Vse manj je kakovostnih in pomembnih informacij, zato sta potrebno znanje in informacija razkošje, ki si ga lahko privoščijo le nekateri. V tem pogledu je pomembno delo Wikipedije (Wikipedia 2016b), ki skuša vendarle ponuditi dobre informacije zastonj. Čeprav ima še vedno precej »hroščev« in težav, lahko rečemo, da je vendarle dokaj zanesljiv vir informacij. Težava

je le, ker se stvari ne »čistijo« oz. urejajo dovolj hitro, da bi bile informacije vedno najboljše. Poleg Wikipedije pa obstajajo baze znanja, ki so sicer narejene po istem »wiki« principu in služijo kot pomoč pri razvoju novih programskih orodij, kot dodatni vir informacij za izdelke, rastline, kraje ipd. Wiki lahko naredi vsak z dostopom do spleta. Deluje pa vedno po enakem principu, kjer skupnost dopolnjuje in ureja informacije.

2.3.5 Mobilizacijske spletne skupnosti

Novi načini komuniciranja povzročajo družbeno politično odvisnost, saj je težko predelati ogromne količine informacij. Težava je pri omejevanju informacij in določanju, do česa je dovoljen dostop in do česa ne. »Pojavlja se nova oblika socialnega razlikovanja med tistimi, ki imajo dostop do novih tehnologij in kompetence za njihovo uporabo, in med tistimi, ki jih nimajo« (Ule 2005, 413). To vodi v nove oblike revščine, kjer posamezniki enostavno ne dobijo pravih in točnih informacij, oziroma ne dobijo vseh informacij. Vprašanje je, ali so ljudje brez vseh informacij sploh zmožni odločati na volitvah. Odločitev na volitvah naj bi bila tudi odločitev dobro obveščenega posameznika. Za obveščenost posameznika skrbijo mobilizacijske spletne skupnosti, ki lahko hkrati tudi mobilizirajo državljane za volitve. Verjetnost politične mobilizacije v spletni skupnosti se poveča, če spletna stran omogoča visoko stopnjo anonimnosti, nizko stopnjo formalne ureditve in minimalno skupinsko interakcijo med malimi skupinami znotraj skupnosti. Povezanost skupnosti, njihove vrednote in norme obnašanja potem vplivajo na to, ali bo nastal konflikt med dominantnimi normami v takšni spletni skupnosti in med legalnimi, ter vedenjskimi normami v resničnem svetu (Beyer 2014, 4).

3 Uveljavljanje norm in pravil v spletnih skupnostih

Tako kot pri komuniciranju preko drugih medijev obstajajo tudi na spletu različni filtri, ki skušajo omejiti tok informacij, ki se pretaka preko medija. Te filtre določajo in uporabljajo v skupnostih na spletu za ohranjanje kohezije skupnosti oz. za ohranjanje nekih pravil delovanja skupnosti. Med ta pravila gotovo spada deljenje vsebin na tiste, ki so skupnosti vidne in tiste, ki jih skupnost ne sme videti oziroma objavljati. Tu gre za neke vrste cenzuro oz. filtriranje informacij, ki so dostopne skupnosti.

Najbolj znana oblika filtriranja informacij je tista, kjer namenoma izpustijo besede, prizore ali del besedila zato, ker vsebuje temo, ki je vsi ne želijo videti. Najpogosteje gre tu za kletvice, seks ali nasilje, pa tudi versko cenzuro. Cenzuro navadno izvaja država, ki na ta način »skrbi« za državljane. V primeru spletnih skupnosti izvaja cenzuro običajno lastnik strežnika ali moderator pogovora v skupnosti, ki skrbi za izvajanje pravil ali jih tudi določa. Zato je v teh primerih moderator tudi cenzor, oziroma se danes pogosto za samo dejanje cenzuriranja uporabi kar računalniški program. »Cenzura je vsakršna ovira, ki je postavljena na veljavnost publikacije ali dokumenta (v kateremkoli formatu, vključujoč video in avdio materiale) in je navadno zaznana kot krivično (oz. tudi nezakonito) dejanje.« (Marco 1995, 15) Derek Boles iz centra za medijsko pismenost uporablja malo bolj blago obliko definicije cenzure: »Praksa prepovedi teksta ali dela teksta, ki velja za spornega glede na določene standarde.« (Boles 2007)

Slika 3.1: Računalniška igra Counter-Strike iz leta 1999



Vir: Valve (2015)

Ker so se ljudje v »zahodnem svetu« uprli cenzuri, so cenzorji prevzeli drugačen način cenzure. Če npr. kitajska vlada še vedno cenzurira na tradicionalen način (preprečitev dostopa do zanje spornih vsebin), je pri nas drugačen način cenzure - označevanje izdelkov. Cenzorji označijo izdelek in določijo, za katero starost je le-ta primeren. Ker ločitev med mladoletnimi in polnoletnimi državljani ni bila dovolj, je nastalo več skupin. Tovrstna cenzura je usmerjena na starše, saj naj bi se le-ti s pomočjo teh oznak odločili, ali je neka vsebina primerna za njihove otroke³.

Cenzorji vedno iščejo neke standarde skupnosti in s cenzuro naj bi jih spoštovali. Pri tem pa pozabljajo, da je človek misleče bitje, ki ima vsaj nekaj svobode in pravic. In če nekdo ne želi gledati določenih filmov, naj jih ne gleda. Toda zaradi tega, ker jih on ne želi gledati, nima nobene pravice, da to preprečuje nekomu drugemu in s tem krati svobodo drugega. Tudi če obstaja stroga cenzura, jo ljudje zaobidejo ravno zaradi tega, ker mislijo s svojo glavo. Zgovoren dokaz za to je Sovjetska zveza in tamkajšnja (neuspešna) cenzura. Pa tudi stroga cenzura v različnih muslimanskih državah in tudi na Kitajskem. Razmišljanja pač ni mogoče ustaviti s tem, da prečtamo besede.

³ Absurd je tovrstna cenzura dosegla leta 2005, ko so v ZDA označili računalniško igro »Grand theft: San Andreas« kot primerno za starejše od 17 let. Potem pa je nek »heker« (PatricW) odkril skrit seksualni prizor. To je izzvalo ogorčenje med ljudmi in nemudoma so morali igro vzeti s polic in jo prekvalificirati v primerno za ljudi starejše od 18 let. To je absurd zato, ker tisto eno leto ne pomeni nič in zato, ker so jo tako ali tako igrali tudi mladoletni. Pravzaprav so jo zaradi tega prizora še raje igrali (dobili so jo ilegalno na spletu). Necenzurirane verzije igre so imele večjo vrednost v spletni prodaji.

Slika 3.2: Prešernova Zdravljica

Zdravljica.

Pod tučo so rodile,
 Perjatlj vince nam sladko,
 Ki nam znojijo žila,
 Serce razjasni in oho!
 Ki otopi
 Vse skerbje,
 V potcrtih prsah upo budi.

Komu napred vasedo
 Zdravljico, bratje! Ino zapet!
 Bog naš nam deželo,
 Bog zivi ves slovenski svet,
 Brate vsa,
 Kar nas je
 Sinov sloveče matere.

Edinstvo, sreča, spriava
 Ki nam naj nasaj se včrpijo!
 Otrok, kar ima slava,
 Vi naj si vroče sčrpijo!

Vir: Wikipedija (2016c)

Z razvojem medijev se je začela uporabljati drugačna moč. Če je bila prej moč oblastnikov podkrepljena s prisilo in s fizično močjo, se danes še posebej uveljavlja moč informacij. Ključen je bil pretok informacij v javnost, ki se je s francosko revolucijo in razvojem tiska razširil na precej večjo množico ljudi. Ljudje v demokratičnih sistemih na volitvah odločajo, kdo jih bo vodil. »V nasprotju s Tönniesovo idealnotipsko »skupnostjo« in prvotnimi družbami, v katerih je (bilo) izvajanje moči neposredno, je za sodobne kompleksne in mediatizirane (tj. z množičnimi mediji prepletene in posredovane) družbene odnose značilno posredno izvajanje moči.« (Splichal 2004, 14)

Kdor želi imeti oblast, mora imeti podporo ljudi. Mora jih prepričati v to, da je on tisti, ki jih bo najbolje vodil in v zadnjem času tudi, da ljudje sploh gredo na volišča in mu oddajo svoj glas. To stori tako, da širi informacije, ki so ugodne za njegovo ideologijo, pri tem pa odstrani (torej cenzurira) tiste, ki so mu nasprotujoče in bi mu lahko predstavljale oviro v njegovem boju za oblast. Pri tem gre seveda za strateško delovanje, ki »je nujno komunikacijsko posredovano v sodobnih kompleksnih družbah in mediatizirano, tako kot so družbe same« (Splichal 2004, 14).

Pri tem nadzoru toka informacij igra ključno vlogo zamegljevanje ali celo zamolčanje. Lažje je imeti večjo moč, če je nadzornik (oz. oblastnik) skrit ali vsaj zavit v tančico skrivnosti. S komuniciranjem sicer akterji moči postanejo vidni javnosti, a hkrati je »vidnost tudi pogoj in sredstvo za nadzorovanje oblasti«. Zato je za akterja moči pravzaprav nujno, da kontrolira tok informacij. »Ohraniti ali napraviti stvari nevidne je ena najobičajnejših praks vsakdanjega življenja.« (Splichal, 2004, 15). To uporabljamo preprosto zato, da nekoga osebno ne prizadenemo. In podobno se je tudi avtor pri cenzuri prisiljen »izražati z namigovanjem namesto z neposrednimi trditvami ali pa mora skriti svojo problematično trditev v na videz nedolžno preobleko.« (Freud 1900/1938, 223)

Machiavelli je šel še dlje: »Dobro se je kazati usmiljen, resnicoljuben, human, iskren in veren; dobro je biti tak v stvarnosti. Toda treba je biti pripravljen, če je treba, biti prav nasproten.« (Machiavelli, 1513/1992, 48)

Ker se pri vsakem izvajanju moči pojavi določena stopnja cenzure, je ravno tako pomembna vidnost za nadzor oblasti. Toda tudi vidnost ima svojo negativno plat. Tudi vidnost je lahko represivna, ko se le-ta vsiljuje, saj »sproža strah pred oblastjo/močjo in odvrača ljudi od vsake dejavnosti proti oblasti« (Splichal 2004, 17). V spletnih skupnostih upravlja s tokom informacij moderator skupnosti.

Moč se izvaja s kontrolo toka informacij – torej odločitvijo, kaj je javnosti vidno in kaj ne. »Politično telo vedno zahteva neko obliko vidne reprezentacije, pri tem pa je bistveno vprašanje, kdo nadzoruje 'politiko vidnosti' oziroma kdo določa, kaj je treba videti in kaj ne sme biti na očeh javnosti« (Splichal 2004, 18). V Ameriki je to npr. RIAA (»Recording Industry Association of America«), ki skrbi za označevanje izdelkov, ki svetujejo staršem, da naj ne kupujejo določenih izdelkov oz. jih svarijo pred kvarnimi vplivi, ki bi jih lahko imela določena glasba ali film za mladostnike. Nalepke so začeli dajati na glasbo in filme zaradi pritiskov iz PMRC (»Parents Music

Resource Center«), ki ga vodi Tipper Gore (žena bivšega demokratskega kandidata za predsednika). Nalepka je zaradi tega postala znana tudi kot »Tipper Sticker«. Izzvala je precej negativnih reakcij, a ukinili je niso. Gre za odkrito cenzuro, saj s temi nalepkami skušajo preprečiti tudi širjenje svobodomiselnosti. Podeljuje se namreč na način, ki jasno kaže vpletenost akterjev moči. Leta 1985 se je glasbenik Frank Zappa zoperstavil tovrstni cenzuri in obsodil takšen način omejevanja svobode glasbenikov (nalepka naj bi služila predvsem za avdio/video izdelke z »eksplicitno vsebino«). Dokaj nenavadno je bilo, ko se je nato ta nalepka pojavila na novem albumu Franka Zappe. Uradna razlaga je, bila da zaradi tega, ker je ena pesem imela besedo »točka G« v naslovu. Toda album sam je bil povsem instrumentalen in vendar je doživel cenzuro.

Vendarle se zdi, da so kljub vsej kampanji proti nasilju, v glasbi tovrstne nalepke imele ravno nasproten učinek, ki bi ga lahko enačili z učinkom nalepke »vsebuje alkohol«. Za mladostnike so tovrstni albumi in filmi postali še privlačnejši. Prav tako je tudi postalo nenavadno, da so imeli isto oznako navadne pop pesmi in pesmi z nasilno in seksualno vsebino. Do tretjega tisočletja so praktično vsi albumi dobili nalepko. S tem in z dejstvom, da je do teh albumov lahko prišel vsak najstnik, je postala nalepka in ves boj za tovrstno cenzuro ničvreden (Lee 2003).

Podoben boj, kot se je nekoč bil za svobodo pri glasbi in filmih, se danes bije pri video igrah. Težava pri video igrah je, da jih je mogoče modificirati (npr. dodatek za igro »Medal of Honour«, ki doda v igro madeže krvi) ali kaj skriti vanje (primer »hot cofee« dodatka, ki je razkril prej skrit seksualni prizor). Zato je vprašanje, koliko je takšna cenzura in opozarjanje sploh smiselno. Grafika v video igrah dosega vedno nove razsežnosti in se nezadržno približuje resničnosti. Svetlobni učinki, barve, vse je vedno bolj podobno resničnemu. Vsekakor bi morali igralci sami odločiti ali jim nasilje ustreza ali ne. Namesto cenzure pa bi bilo bolje, da bi otroci igrali takšne igre v spremstvu staršev (sploh danes, ko lahko več igralcev igra isto igro). Starši bi si morali vzeti čas in dopovedati oziroma naučiti otroka, da je to vendarle fikcija. Da oni v resnici ne bi odšli nekaznovani s prizorišča, kjer so ravno pobili nekaj civilistov in da se življenje ne konča pri nekem znaku za izhod. Če otrok to razume, bo jasno razločil realni in domišljjski svet, pa naj si bosta še tako podobna. Zato ni prav, da imajo le nekateri moč odločanja, kaj nam naj bo vidno in kaj ne. Kajti »če imajo le nekateri moč odločanja o tem, kaj sme ali kaj mora postati vidno, vsaka oblika vidnosti deluje kot prisiljevanje h konformnosti«.(Splichal 2004, 21).

V zadnjem času se poleg običajne cenzure pojavlja tudi zelo subtilna cenzura, ki na videz ne izgleda kot cenzura. Novice so se pomaknile v smer »infotainmenta« torej informacij, ki so namenjene zabavi. Stvari, ki so pomembne in ki bi jih ljudje morali vedeti, ne pridejo na dnevni spored. Ne nujno zato, ker bi bile tovrstne novice uperjene proti oblasti, temveč predvsem zato, ker ne dosegajo dovolj visoke gledanosti. Zato lahko oblast vpliva na novice s tem, da »organizirajo fenomenalne vizualne priložnosti za medije« (Underwood 1993). Gre za ustvarjanje dogodkov, ki druge dogodke potisnejo ob stran oziroma jim silovito zmanjšajo novičarsko vrednost, ravno zaradi želje ljudi po zabavi⁴.

V današnjem svetu torej najpogostejše vidimo načine cenzure v teh dveh oblikah:

- označevanje stvari za primerne in neprimerne
- preusmerjanje pozornosti s pomembnih problemov na zabavne teme

Podobni načini omejevanja toka informacij so se uveljavili tudi v spletnih skupnostih, kjer ima moderator možnost in dolžnost, da omejuje informacije, ki jih skupnost lahko prejme. Pri tem uporabi vnaprej določena pravila, ki jih ima takšna skupnost. Navadno so sicer znana uporabnikom vnaprej, a ne vedno. Poleg tega, da se nezaželene teme umakne s strežnikov ali naredi za nepomembne, so tu še razne druge oblike kaznovanja neposlušnih članov, ki ne spoštujejo pravil skupnosti. Te vključujejo tudi izključitev iz skupnosti kot najstrožji ukrep. Eden od ukrepov je tudi označevanje tistih, ki so prekršili red z različnimi oznakami.

Zaradi heterogene kulture in identitete (Van Dijk 1998) je v spletnih skupnostih objavljeno več mnenj, ki pa navadno niso cenzurirana (vsaj s strani države ne). Čeprav imajo posamezne skupnosti »moderatorje«, ki opravljajo neke vrste cenzuro, pa je ta odvisna bolj od skupnosti same, kot od neke politike. Izražanje mnenj je lažje, vendar žal ta mnenja nimajo takšne teže, kot mnenja izražena na nacionalni televiziji ali morda celo na eni od velikih TV mrež, ki pa opravljajo precej cenzure in s

⁴ Slabi gospodarski rezultati v ZDA so bili potisnjeni ob stran z vojno, ki je bila prikazana kot zmagovit sprehod skozi peklo, ki ga preveva zlo. Seveda se ta sprehod ni končal dovolj hitro in hkrati se tudi gospodarske težave niso razrešile. Še več, njihov javni dolg se je še povečal. Dolg z nakupom obveznic rešuje tudi Kitajska. Toda novice, da imajo Kitajci v lasti precej nekoč ameriškega premoženja, so potisnjene ob stran, saj bi lahko ljudje videli razprodajo nacionalnega premoženja. Zato tudi takšen šok ob uspešni kitajski sestrelitvi zastarelega vremenarskega satelita leta 2007. Vojska ZDA je močna predvsem zaradi informacij, ki jih dobi preko svojih satelitov. Ko eden njihovih največjih rivalov dobi takšno moč, da jih zlahka oslepi, postanejo seveda zaskrbljeni. Ne samo, da si nabirajo nove sovražnike na Bližnjem vzhodu, temveč počasi izgubljajo tudi vojaški primat.

svojimi vprašanji pogostokrat omejujejo govornike.

Zdi se, da se člani spletnih skupnosti medsebojno podpirajo, čeprav same skupnosti nastanejo iz drugih razlogov (Wellman in Gulia 1999). Nekatere postanejo celo izrazito podporne. Ravno zaradi te podpore, ki si jo člani medsebojno nudijo, lahko domnevamo, da je cenzure v spletnih skupnostih bistveno manj kot v klasičnih medijih. Seveda se navadno še vedno cenzurira, vendar ne zaradi mnenja, temveč se brišejo motnje – npr. t.i. »spam« – ponavljanje ali pa žalitve. Samega mnenja pa se navadno naj ne bi cenzuriralo in tudi forumi imajo postavljena pravila tako, da omejujejo zgolj neposredno žaljenje drugih. Upravljalci in uporabniki so na osnovi številnih slabih izkušenj prišli do ugotovitve, da je potrebno postaviti določena pravila in s tem omejiti svobodo delovanja posameznika v skupnosti. Postavili so formalna pravila (navadno se oblikujejo skupaj z ostalimi člani in so zapisana) in neformalna pravila, ki se oblikujejo med člani. Neupoštevanje pravil vodi od blažjih sankcij (posmeh, ignoriranje) do hujših (izključitev) sankcij (Petrič in Petričič 2008).

Spletna skupnost pa lahko tudi pomaga pri preprečevanju nadzorovanja toka informacij. V tem primeru omogoča nek drug komunikacijski kanal preko katerega posamezniki lahko izrazijo svoja prepričanja in nazore. En primer takšne skupnosti je skupnost 4chan.org, ki ima kljub temu, da je znana po spodbujanju svobode izražanja posameznikov in anonimnosti, precej pravil delovanja, ki se jih morajo člani skupnosti držati.

Internet nudi možnost debate med različnimi idejami v svetu in izmenjavo informacij med skupinami. Posebno vlogo tu igrajo internetne skupnosti, ki se oblikujejo okoli določene vsebine. Te skupnosti imajo lahko precejšnjo moč. Aprila 2007 (BBC 2007a) smo lahko videli, kako so internetne skupnosti, ki so širile sporočilo o kulturni ZF seriji in filmu *Serenity*, uspele doseči, da se je ta zavihtel na 1. mesto v izboru najboljšega ZF filma 2. tisočletja in tako prehitel celo Vojno zvezd. Spletne skupnosti so bile tudi tiste, ki so pomagale zbrati denar, da so lahko po TV seriji posneli film.

Precej skupin, ki skrbijo za pretok informacij, se ustvari ob igrah. Ob tem velja omeniti fenomen »World of Warcraft« (oziroma večigralskih iger domišljajskih vlog - MMORPG), kjer se ljudje družijo v igri in zunaj njih. Novejše igre so zasnovane tako, da ljudje morajo sodelovati, da lahko uspejo. Skoraj nemogoče jih je igrati kot posameznik. Med stiki z drugimi ljudmi pa prihaja tudi do

izmenjave informacij. Stvari so prišle celo tako daleč, da so ukradeni uporabniški računi v tovrstnih igrah več vredni na črnem trgu kot ukradene številke kreditnih kartic. Več je torej vredna izmišljena domišljajska vloga kot kreditna kartica (BBC 2007b).

Programi, ki jih za komuniciranje uporabljajo spletne skupnosti, so se spremenili iz navadnih programov za pošiljanje sporočil ("instant messanging") v kompleksne masovne igre domišljajskih vlog (MMORPG) kot so na primer World of Warcraft in EVE. Poleg iger so se pojavili tudi blogi (beseda izvira iz "web log" oz. spletni dnevnik), kjer uporabniki dajejo komentarje, mnenja in pripombe na različne stvari, ki jih zanimajo. Blogi predstavljajo zaenkrat tudi edini neodvisni vir novic na Kitajskem, kjer vladna cenzura posega sicer v vse druge medije. Kitajska vlada posega v internet v sodelovanju z iskalniki (BBC 2010). Vendar pa je kljub temu še vedno moč najti bloge, ki so neodvisni in še neblokirani.

Izjemno popularni med spletnimi skupnostmi so tudi forumi, ki so se razvili iz BBS ("bulletin board system" oz. sistema oglasne deske). Pri forumih moderatorji in administratorji usmerjajo diskusijo in po potrebi cenzurirajo ali celo odstranijo "napačna" mnenja.

Prednosti objav na internetu so predvsem te, da jih je možno opraviti od kjerkoli na svetu. Slabosti pa so predvsem vedno večji poskus nadzora⁵ internetnih vsebin s strani držav in pomanjkanje prostega dostopa do interneta. Internet npr. zahteva mesečno naročnino, torej si ga nekdo, ki nima stalnih dohodkov težko privošči. Zanimivo je, da je televizija po vseh teh letih še vedno bolj dostopna kot internet. Verjetno tudi zaradi tega, ker je potrebno bistveno manj znanja pri upravljanju televizije kot računalnika.

⁵ S pojavom servisov, kot je npr. YouTube (www.youtube.com), pa so uporabniki dobili možnost, da objavljajo svoje novice in prispevke. Servis YouTube je ponudil ogromno strežniškega prostora na katerem so lahko uporabniki gostovali s svojimi video prispevki. Obenem so tu našli mesto tudi mediji in novice, ki so iz teh ali onih razlogov bili drugje »utišani«. YouTube je predstavljal neodvisen medij, kjer so cenzuro opravljali gledalci. In sicer tako, da so določen video označili. Video je bil nato pregledan in morda uvrščen med tiste, za katere je potrebna prijava na strežniku za ogled (zahteva osebo starejšo od 18 let). Ker je bil servis neodvisen in podjetje, ki ga je vzdrževalo majhno, ni bilo tožb zaradi kršenja pravic kopiranja. Takoj, ko ga je podjetje Google kupilo, se je politika spremenila. Google je kot veliko podjetje takoj pritegnil tožbe. Zaradi tega je YouTube izgubil ogromno neodvisnosti. Toda še vedno je na njem mogoče najti posnetke kot so npr. videi Hezbolaha ipd. Takšni posnetki sicer ne najdejo poti na vsakdanje medije, tu pa so vendarle dostopni.

4 Identiteta posameznika v spletnih skupnostih

Identiteto je težje definirati, zato Hall (1990) predlaga, da se proces samozavedanja raje definira preko pojma »identifikacije«, ki je bolj uporaben pri opisovanju procesa, večvrstnosti, nasprotovanj in splošnega dela, ki je potrebno za vzdrževanje identitete. Identiteta se zgradi, izvira in vzdržuje skozi odnose in skozi uporabo moči in razlikovanja z drugimi. Ima izvor tudi v jeziku in se vzdržuje notranje in zunanje skozi diskurz in prakse diskurza. So zgodovinsko in geografsko pogojene in se zato spreminjajo znotraj različnih kontekstov in okoliščin. Zaradi tega identitete niso enotne, trdne in stabilne, ampak so vzdrževane, spremenljive in pogosto protislovne (Miller 2011, 163).

S širjenjem in razvojem interneta, je na internet vstopal vedno večji krog ljudi, ki je informacije med seboj delil na različen način. Hitrost pretoka informacij je bila na internetu sprva omejena, zato je komunikacija potekala pretežno preko tekstovnih zapisov. Dostop do interneta so po večini imele raziskovalne ustanove in večja podjetja. Hitrost pretoka informacij se je z razvojem tehnologije pričela večati sredi devetdesetih let prejšnjega stoletja in na spletu se tako pojavi nova oblika informacije – slike, ki so prisotne v vedno večji ločljivosti. Slikam na prelomu stoletja z razvojem dostopnostjo širokopasovnega interneta sledi še zvok oziroma video. Nato pa se z razvojem pametnih telefonov pojavi in razširi še mobilni dostop do spleta. Temu razvoju interneta sledi tudi razvoj identitete posameznika v spletnih skupnostih.

Posamezniki so se pri komunikaciji, ki je omejena na tekstovno obliko, lažje predstavljali drugače. MUD okolja, kot tudi BBS, so imeli izključno tekstovni prenos informacij, zato so se posamezniki tam enostavno in pogosto predstavljali pod neko drugo identiteto. Posebej MUD so znani po tem, da so posamezniki kreirali spletne osebnosti, ki so jih nato razvijali skozi dialog z drugimi. V MUD so lahko bili kar so hoteli, zato so pogosto sami ustvarili več osebnosti prav v MUD, katerim so posvetili veliko svojega časa (Turkle 1995). Hkrati MUD ravno to spodbuja, saj ne nudi več kot teksta in opisov, zato je precej odvisno tudi od igralčeve domišljije in od tega, kako bodo sami sebe predstavili. Vse to je bilo možno, ker je bila v tistem času stopnja anonimnosti na spletu precej višja od tiste v resničnem svetu. Posameznik je zlahka ustvaril več identitet, saj je bila komunikacija le v tekstovni obliki. Ustvarjene identitete so lahko bile takšne, ki so v resničnem svetu nemogoče in ker

jih je bilo lahko več, so ponujale možnost sočasnega raziskovanja in prenosa med okolji, kar je ustvarilo neko hibridnost in fluidnost identitete (Miller 2011, 164).

Konec devetdesetih let se pojavijo slikovne informacije in z njimi na spletu osebne domače strani. Na internet je v tem času vstopalo precej več ljudi kot v začetku devetdesetih let. Osebne domače strani so poleg teksta ponujale še slike in navadno povezave do drugih zanimivih strani. Te strani navadno niso interaktivne (niso le razgovori kot MUD), ampak gre za nekakšne spletne dokumente z določeno dolgoživostjo in doslednostjo, ki jih je ustvaril kreator strani (Miller 2011). Naenkrat anonimnost ni več tako pomembna, ampak se posameznik želi čim bolj predstaviti drugim na spletu. Identiteta preko takšnih strani postane povezana z identiteto posameznika v resničnem življenju.

V začetku stoletja pa se pojavi nova oblika spletnih strani – blogi. Beseda izvira iz »web-log« in ima svoje začetke že v letu 1990, ko so posamezniki začeli zbirati povezave do zanimivih in tematskih spletnih strani (navadno povezanih z razvojem tehnologije) in pisati o določeni temi. Vendar postanejo popularni šele konec devetdesetih let, z razvojem programskih orodij za enostavno pisanje in ustvarjanje blogov (npr. Blogger). Blogi tako omogočijo povprečnemu uporabniku interneta enostavno kreiranje spletne strani, kjer so se lahko predstavili drugim (Miller 2011). Blogi in kasnejša družbena omrežja imajo orodja, ki ponovno omogočajo interaktivnost. Posamezniki vedno bolj začnejo kazati in hkrati oblikovati svojo identiteto. Zhao in dr. (2008) v analizi gradnje identitete na Facebooku opazijo, da si posameznik gradi vidni jaz s sliko sebe in prijateljev (prikazuje globino in veličino družbenih vezi), kulturni jaz pa s slikami potrošnje in življenjskega stila, ter skozi izrecen opis sebe (npr. na strani »o meni«).

Medtem, ko se pri blogih gradi identiteta na spletni strani, se pri družbenih omrežjih ta identiteta nato povezuje z identitetami drugih in se z njimi primerja. Blogi namreč vključujejo interakcijo z ostalimi, kar ustvarja odnose z občinstvom, ki blog berejo. To velja tudi, ko gre za pisanje na blogu o osebnih stvareh. Blogi so imeli v glavnem povezave do drugih blogov s podobnimi temami. V 2004 pa se z razvojem družbenih omrežij vse to še poenostavi in bolje poveže, saj se mreženje in stiki postavijo v ospredje. S pojavom profilov na družbenih omrežjih se nadaljuje trend prikaza identitete na spletu skozi zapise spletnega življenja. Ti profili zmanjšajo razliko med različnimi idealnimi jazi (včasih prikazanimi v anonimnem kontekstu) in med jazi, ki imajo temelje v vsakdanjem telesnem

življenju (Miller 2011). Hkrati se tudi komunikacija spreminja iz čiste tekstovne in slikovne interakcije bolj k ustvarjanju osebnih povezav z raznimi zbudljaji (»poke«) in všečki (»like«), kratkimi posodobitvami statusov, komentarji in darili. Takšen način komuniciranja spodbuja »tukaj in zdaj« družbeno zvezo med ljudmi, ki so sicer fizično ločeni in razpršeni (Howard in drugi v Miller 2011). Ta nov način komunikacije ima namen ustvarjanja in potrjevanj prisotnosti v nekem družbenem omrežju in se razvije v mikrobloge, ki služijo zgolj posodabljanju statusa v posameznikovem omrežju. Sporočila v teh mikroblogih niso mišljena za arhiv, ampak naj bi jih drugi v omrežju prebrali takoj, ko so poslana.

S širitvijo širokopasovnega interneta med potrošnike se pojavi nov tip računalniških iger, ki omogoča večigralsko izkušnjo (»Massive multiplayer online roleplaying game« - MMORPG). Osnovni princip je podoben kot MUD, vendar je v tem primeru prisotna slika (video) in s tem tudi avatar, ki predstavlja igralca pred očmi drugih igralcev. Čeprav so odnosi podobno zgrajeni kot v MUD, ker pa je pri MMORPG zahtevana določena usmerjenost k nalogam, je potrebna doslednost karakterja v igri (Miller 2011). Potrebno se je povezati z drugimi igralci v spletne skupine, da bi lahko dosegli cilj.

Posamezniki zato poskušajo umestiti identiteto avatarja med ostale v skupni (gilde, klani), s katero so se povezali. Avatar je »interaktivna družbena reprezentacija uporabnika« (Meadows 2008, 13) Stik z ostalimi v skupini pa ustvari kontekst, v katerem identiteta avatarja izstopa med ostalimi v skupini. Alternativne identitete pri MMORPG služijo predvsem zato, da posamezniki raziskujejo različne načine igranja (recimo igrav vlogi tatu, čarovnika, viteza), da lahko pomagajo drugim v igri (recimo kot zdravilec v ekipi, ki lahko pozdravi ostale), ali za posebne naloge, ki jih želijo doseči, ne da bi jih pri tem motili drugi, s katerimi navadno sodelujejo. Avatarji ustvarjajo ugled, odnose, dokončajo naloge in to je njihov razlog za obstoj. (Miller 2011)

Miller (2011) tudi ugotavlja, da se z razvojem interneta briše meja med identiteto na spletu in identiteto, ki jo ljudje ustvarjajo v resničnem svetu. Tako ni veliko prostora za ustvarjanje in igro z identiteto, temveč se identiteta ustvarjena na spletu uporabi kot pomoč pri identiteti v resničnem življenju. Petrič in Petrovčič (2008) pri gradnji identitete na spletu upoštevata tudi anonimnost in prepoznavnost. Pri tem gre pri anonimnosti za odsotnost znakov, ki bi posameznika sicer identificirali v družbi (rasa, spol ...), pri prepoznavnosti pa za elemente osebne identitete, po katerih

je posameznik prepoznavnem drugim članom skupnosti (ime ali nadimek, kraj bivanja, avatar, fotografija, podpis ...). Podatki, ki jih posameznik uporabi za svojo prepoznavnost v spletni skupnosti, niso nujno istovetni z resničnimi podatki. Del prepoznavnosti je tudi družbena identiteta, ki si jo posameznik zgradi s svojim delovanjem v spletni skupnosti. Ker pa posameznik izgradi identiteto, dobijo ti brezoblični nadimki podobe in obraz, postanejo znani in prepoznani drugim, s tem pa nastane med člani skupnosti občutek povezanosti in vzajemne obvezanosti⁶ (Blanchard in Markus 2004). Posameznik si torej lahko na spletu zgradi drugo, novo identiteto, zato lahko nekdo, ki je družbeno anksiozen, tam pravzaprav začne na novo graditi sebe.

⁶Nekatere skupnosti gredo celo tako daleč, da vzajemno obveznost in povezanost, ki nastane med člani skupnosti v celoti formalizirajo. Tako je na primer za vstop v polno članstvo spletne skupnosti Ubuntu potrebno najprej izpolniti določene pogoje. Ti med drugim zajemajo dovolj veliko sodelovanje pri projektu, predlog za članstvo obstoječega moderatorja skupnosti, izdelava predstavitvene spletne strani s kontakti za druge člane in digitalni podpis Ubuntu kodeksa vedenja, ki ga je član dolžan zasledovati ne le v skupnosti ampak tudi izven nje. Ob pridobitvi naziva, člani pridobijo številne ugodnosti. Članstvo je nato doživljenjsko, vendar se lahko ob kršitvah kodeksa vedenja člana izključi.

5 Dejavniki komuniciranja in razkrivanja preko interneta

Ljudje imamo pogostokrat strah pred neznanim v družbi. Vsak se je v življenju verjetno že soočil vsaj s tremo pred nastopom. Prav tako se je vsak že počutil osamljenega. Obstajajo pa ljudje, ki se tako počutijo pogosteje. Imajo strah pred družbo in so osamljeni. Za te ljudi se interakcija na internetu kaže kot nov svet, v katerega lahko vstopijo anonimno, oziroma sebe predstavijo v njem drugače, kot bi se v vsakdanji interakciji na ulici. Internet je tako neke vrste zatočišče za takšne ljudi.

V pričujoči raziskavi si bomo ogledali, kako ljudje, ki imajo strah pred družbo (so družbeno anksiozni) in ki se počutijo osamljene, uporabljajo medij kot je internet za razkrivanje resničnega jaza. Poskušali bomo odgovoriti na raziskovalno vprašanje: Zakaj so nekateri ljudje bolj pripravljeni razkriti resnični jaz (»real me«) na internetu v medosebnih odnosih kot v medosebnih odnosih v realnem svetu?

Internet kot medij je idealno mesto za razkrivanje različnih jazov oz. osebnosti, saj nudi pomembno komponento, ki je v vsakdanjem življenju redko prisotna – *anonimnost*. Anonimnost omogoča posamezniku, da se izrazi in obnaša na načine, ki mu niso omogočeni v običajni družbeni sferi. To lahko posameznik stori, ker je z anonimnostjo osvobojen pričakovanj in zadržkov, ki so jih zanj namenili tisti, ki ga poznajo. Obenem se zelo zmanjšajo stroški in verjetnost družbenih sankcij. (Bargh, McKenna in Fitzimons 2002).

Internetne interakcije so zato na nek način podobne tistim, ki se včasih pojavijo s »tujci na vlaku« (Rubin 1977). V teh se ljudje odprejo in razkrijejo svoje intimne podrobnosti tujcu, ki sedi na sosednjem sedežu. To so podrobnosti, ki jih morda nikoli ne bi povedali svojim sodelavcem ali celo družini in prijateljem doma. Če nekdo nadaljuje s takšnim razkrivanjem svoje osebnosti, lahko to hitro preide v razvoj odnosa prijateljstva. Razvoj prijateljstva je namreč povezan z razkrivanjem svoje osebnosti (Altman in Taylor 1973).

Ker pa internet omogoča to razkrivanje svoje osebnosti in s tem svojega resničnega jaza, lahko pričakujemo, da se bodo ustvarile neke empatične vezi in da se bodo pričeli ustvarjati bližnja razmerja. Ljudje, ki bodo razkrili svoj resnični jaz na internetu, bodo zato prej začeli neko bližnje razmerje.

5.1 Teoretske opredelitve pojmov, hipoteze in raziskovalni model

Pri raziskavi nam bosta služili dve hipotezi, ki jih bomo skušali potrditi s pomočjo raziskave. *Prva hipoteza* je, da so družbeno manj anksiozni bolj pripravljeni razkriti resnični jaz v medosebnih odnosih na internetu kot v medosebnih odnosih v realnem svetu.

Igre omogočajo otrokom relativno varen način (brez potencialnih nevarnosti in morebitnih napak), da si razvijejo socialne veščine, ki bodo pomembne v njihovem kasnejšem življenju. Anonimnost, ki obstaja na internetu pa na podoben način to omogoča odraslim. S pomočjo anonimnosti lahko izrazijo svoje skrite osebnosti, brez strahu pred sankcijami ali kaznimi ljudi iz njihovega družbenega kroga (Bargh, McKenna in Fitzimons 2002).

Pomemben vpliv pri izražanju resničnega jaza na internetu bi, poleg družbene anksioznosti in osamljenosti, lahko imela tudi cenzura. Hayes (Hayes in drugi 2003) je pokazal, da imajo tisti, ki so bolj pripravljeni sami sebe cenzurirati, nižje samo spoštovanje in visoko socialno anksioznost. Socialna anksioznost pa je lahko posledica političnega sistema, oziroma prepovedi svobode govora. Posameznika je tako lahko strah pred sankcijami, ki bi ga doletele v takšni družbi. Zato v želji po privatnosti skuša skriti svoj resnični jaz. S tem se lahko tudi zaščiti pred morebitnimi posledicami svojih dejanj in pred zakonom. V državah, kot je npr. Kitajska, mora nekdo, če se želi zavarovati pred morebitnimi posledicami internetnega iskanja prepovedanih tem, storiti vsaj dve stvari. In sicer mora se skriti v anonimnosti in mora kodirati svoje informacije. Enako velja tudi pri nas, če nekdo na primer raziskuje občutljive teme na internetu (Murdoch 2008). Anonimnost pa član spletne skupnosti ustvari tudi tako, da uporabi psevdonim in tudi, da ne razkrije svojega resničnega jaza.

Cenzura je tako dejavnik, ki onemogoča razkritje resničnega jaza drugim. Vendar se morajo posamezniki zavedati, da cenzura obstaja in da ima vpliv. Možno je, da posameznik ne prepozna nikakršnih ovir pri komunikaciji.⁷

⁷Rezultati, iskanja v iskalniku Google so za določene teme drugačni v Sloveniji kot na Kitajskem. Trg nebeškega miru tam recimo ne bo prikazan s protesti, ampak nekomu, ki živi na Kitajskem in nikoli ni videl rezultatov v iskalniku izven Kitajske, se to ne bo zdelo nenavadno. Ne bo vedel, da na omenjenem spletnem mestu obstaja cenzura dogodka in da je tok informacij, ki prihaja do njega, filtriran.

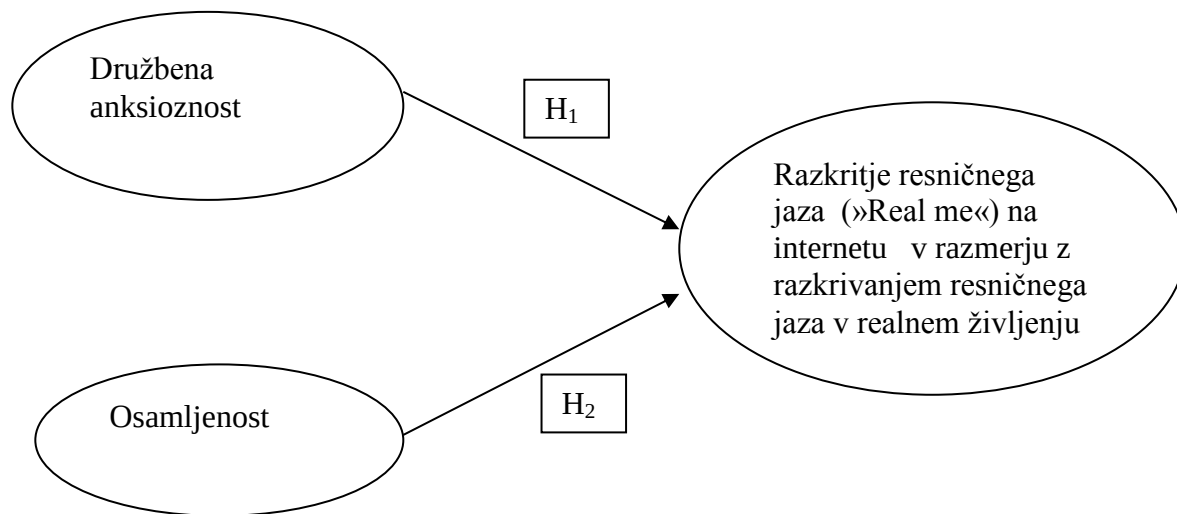
Spletne skupnosti po eni strani omogočajo sproščanje toka informacij, saj nekdo tam lažje razkrije svoj resnični jaz. Obenem pa zaradi anonimnosti drugih članov in tudi cenzure znotraj skupine lahko preprečujejo posamezniku, da razkrije svoj resnični jaz, saj člani s svojimi dejanji lahko povečajo njegovo socialno anksioznost.

Ideja, da ima posameznik v sebi več osebnosti, pa seveda ni nova. O njej sta govorila že Goffman (1959) in Jung (1953), ki razlikujeta javni jaz (ali osebnost) in individualni, notranji jaz. Za Junga (1953) je posameznikova resnična individualnost skrita v podzvesti, v nasprotju z zavestnim egom. Marcus in Nurrius (1986) sta predstavila idejo o možnih osebnostih, ki so potenciali v življenjski rasti in možni stili, za katere posameznik meni, da bi jih lahko dosegel, če bi si to želel.

Druga hipoteza pa je, da bodo osamljeni ljudje raje razkrili resnični jaz v medosebnih odnosih na internetu kot v medosebnih odnosih v realnem svetu. Posamezniki, ki so si lahko našli sebi podobne v tradicionalnih okoljih, ki so lahko prišli mimo običajnih posebnosti z močjo osebnosti, privlačnosti, šarma ali duhovitosti in ki imajo razvite družbene veščine komuniciranja, imajo manj potrebe, da bi izrazili resnični jaz na internetu. Ostali pa so lahko zadovoljni, da internet sploh obstaja. Če so blokirani pri vzpostavljanju odnosov zaradi manjka katere od lastnosti, bodo lahko na spletu izrazili svoj resnični jaz. Imeli bodo tudi močnejšo potrebo, da to storijo prav tam (McKenna, Green in Gleason 2002). Tisti, ki se ne počutijo osamljene, torej ne bodo čutili potrebe po razkrivanju resničnega jaza tujcem na internetu, kot tudi ne potrebe po gradnji globljih medosebnih odnosov. To pa bodo počeli tudi tisti, ki so družbeno anksiozni in ki imajo neke zadržke v vsakdanji komunikaciji. Saj tam ni anonimnosti in zato niso pripravljeni (se ne počutijo dovolj varne), da bi razkrili svoj resnični jaz. Mnogo ljudi išče ljubezen in intimnost na spletu. Pojavi se novi tip medosebnega odnosa, ki ga Ben Ze'ev (2004) imenuje intimna bližina na razdaljo in za katerega je značilen tudi element anonimnosti in samorazkritja. Pri tem anonimnost, ki je na voljo na spletu za posameznika zmanjša občutek ranljivosti in tako spodbudi bolj odprto in pošteno komunikacijo. Ker pa je komunikacija lahko bolj odprta in poštena, pa to lahko pripelje do večje intimnosti. Osamljeni tako na internetu lažje zgradijo odnose, splet pa jim tudi omogoča, da lažje razkrijejo svoj resnični jaz.

Resnični jaz bodo bolj pripravljeni na internetu razkriti tisti, ki so socialno anksiozni v neposredni medosebni komunikaciji in tisti, ki se počutijo osamljene.

Slika 5.1: Teoretski model razkrivanja resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza na spletu.



Resnični jaz (»Real me«) je tista verzija jaza, za katero oseba verjame, da on ali ona dejansko je, toda je ni zmožna ali ji je onemogočeno (zaradi različnih razlogov), da ga predstavi drugim v večini situacij (Bargh, McKenna in Fitzimons 2002). Posebne kvalitete internetne komunikacije pa bodo imele učinek, ki bo omogočil razkritje in izraz notranjega ali resničnega jaza v primerjavi s komunikacijo v realnem svetu.

Anksioznost je strah pred neznanim. **Družbena anksioznost** pa je strah pred neznanim (torej drugimi ljudmi) v družbi. Družbeno anksiozni imajo težavo z razkrivanjem svojega resničnega jaza drugim, predvsem zaradi straha, ki ga imajo pred družbo. Vendar pri razkrivanju na internetu drugih niti ne vidijo. Relativna anonimnost internetnih interakcij močno zmanjšuje rizik (takošnjega op.p.) razkritja (in s tem zavrnitve op.p.), posebej o intimnih aspektih jaza, zato ker lahko ljudje delijo notranje zaupanje in emocionalne reakcije z bistveno manj strahu pred neodobravanjem in sankcijami (McKenna in Bargh 1999).

Morda se celo ne zavedajo povsem, da je na drugi strani človek, saj ljudje na internetu nastopajo pogosto pod psevdonimi. Prav tako pa je v komunikaciji na spletu pomanjkanje običajnih

»preprečevalnih okoliščin«, ki bi bile na poti ustvarjanju tesnejšega medosebnega odnosa. Med te najpogostejše štejemo zunanji izgled, jecljanje, vidna plašnost ali družbena anksioznost (McKenna 2002). Zato bodo tisti, ki so družbeno anksiozni raje vstopali v medosebne odnose na internetu in pri tem tudi raje razkrili resnični jaz.

Osamljenost pomeni pomanjkanje ali odsotnost globljih in trajnejših socialnih stikov z drugimi ljudmi (Ule 1997). »Za kronično osamljene je značilno, da neadekvatno vstopajo v socialne odnose in situacije. Pogosto razvijejo samo-kaznovalno vedenje: 'Tako sem nezanimiv, da se nihče ne zmeni zame'.« To ga vodi zopet v samoizolacijo in preprečuje vzpostavitev novih socialnih odnosov (Ule 1997,224). Ker pa osamljenost pomeni pomanjkanje odnosov (torej si jih ljudje pravzaprav želijo – imajo pomanjkanje), se posamezniki zatečejo k odnosu na internetu. Na internetu lahko razkrijejo sebe brez bojazni, da bi jih kdo zavrnil zaradi nezanimivosti. Tudi zato, ker je na internetu prisotna tako velika množica ljudi, ki so si med seboj različni tako glede na kulturo kot glede na svoje lastno dožemanje sveta. Zato bodo osamljeni tam, še posebej v spletni skupnosti, lažje našli nekoga s podobnimi željami in pričakovanji. Le ti bodo tako »zapolnili« osamljenost in zmanjšali svoj manko.

Dodatni argument je, da želijo osamljeni najti stik z drugimi, ker obstaja primarna potreba ljudi po druženju. Ali kot pravi temu Ule (1997): »nekaj, kar karakterizira 'človeški rod'.«

5.2 Zbiranje podatkov in operacionalizacija pojmov

Za zbiranje podatkov smo uporabili pisni anketni vprašalnik. Vzorec opravljene ankete je imel 276 respondentov, ki so morali biti internetni uporabniki, sicer ne bi mogli odgovoriti na zadnja štiri vprašanja. Anketa je nastala na priložnostnem vzorcu pretežno šolajoče mladine in zaposlenih (glej tabelo 5.1). Upokojenci niso bili zajeti v anketi. Podatke smo zbirali v januarju 2008 in sicer med učenci višjih razredov OŠ Mozirje in Nazarje, med dijaki in študenti na delovni praksi v Gorenju, d.d. in med zaposlenimi v Gorenju, d.d. Respondentom smo razdelili liste z vprašalnikom (glej Priloga A), kjer so nato označili svoje odgovore. Manjkajočih odgovorov ni bilo. Respondenti so dosegali v povprečju 5. stopnjo izobrazbe. Povprečen respondent je bil star 27,59 let, kar pomeni, da gre za vzorec pretežno mladih ljudi. V vzorcu je bilo žensk nekaj več kot moških (glej tabelo 5.2), kar na grobo ustreza tudi sestavi populacije Republike Slovenije (vir: Statistični urad RS, dostopno prek: www.surs.si), kjer je žensk okoli 51 odstotkov.

Tabela 5.1: Osnovne statistike anketirancev

	Spol	Izobrazba	Starost
Aritm. Sredina	1,536	2,826	27,594
Stand. Odklon	0,500	1,609	13,939
Varianca	0,250	2,588	194,293
Asimetrija	-0,146	0,191	0,758
Std. napaka asimetrije	0,147	0,147	0,147
Sploščenost	-1,993	-1,543	-0,841
Std. napaka sploščenosti	0,292	0,292	0,292
Minimum	1	1	13
Maksimum	2	5	58

Tabela 5.2: Razdelitev anketirancev po spolu

	Število Anketirancev	Odstotek
Moški	128	46,38
Ženski	148	53,62
Skupaj	276	100

Spremenljivki starost in izobrazba sta se porazdelili približno normalno, rahlo sta asimetrični v desno. Najmlajši anketiranec je star 13, najstarejši pa 58 let. Najmanj izobraženi anketiranec je osnovnošolec, najbolj izobražen pa s 7. stopnjo izobrazbe (univerzitetni študij). Anketirancev z 8. ali 9. stopnjo izobrazbe ni bilo zajetih v anketi (glej tabelo 5.3).

Tabela 5.3: Razdelitev anketirancev glede na izobrazbo

	Število anketirancev	Odstotek
do III stopnje	90	32,61
IV stopnja	42	15,22
V stopnja	42	15,22
VI stopnja	30	10,87
VII stopnja	72	26,09
Skupaj	276	100

Anketirance smo glede na starost v nadaljnji analizi razdelili v 4 starostne skupine (glej tabelo 5.4), da bi lažje interpretirali ali ima določeno starostno obdobje kakšen vpliv na odgovore. Anketirance v starosti do 18 let smo poimenovali najstniki. Skupino od 19 do 25 let smo poimenovali mladostniki, skupino od 25 do 35 let mlajši zaposleni in skupino nad 35 let starejši zaposleni.

Tabela 5.4: Razporeditev anketirancev po starostnih skupinah

Starostna skupina	Število respondentov	Odstotek
Najstniki	94	34,1
Mladostniki	56	20,3
Mladi zaposleni	48	17,4
Starejši zaposleni	78	28,3
Skupaj	276	100

Za merjenje družbene anksioznosti je bila uporabljena lestvica (glej tabelo 5.5) interakcijske anksioznosti (Leary, 1983).

Tabela 5.5: Lestvica interakcijske anksioznosti

Lastnost	Ni moja značilna lastnost	Je delno moja značilna lastnost	Je srednje moja značilna lastnost	Je zelo značilna lastnost zame	Je moja glavna lastnost, zelo značilna zame
1. Pogosto se počutim živčno, tudi pri običajnih srečanjih.	1	2	3	4	5
2. Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	1	2	3	4	5
3. Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno.	1	2	3	4	5
4. Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna.	1	2	3	4	5
5. Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1	2	3	4	5
6. Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi.	1	2	3	4	5
7. Včasih občutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro.	1	2	3	4	5
8. Počutil bi se nervozno, če bi me intervjuirali za službo.	1	2	3	4	5
9. Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	1	2	3	4	5
10. Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	1	2	3	4	5
11. V splošnem sem plaha oseba.	1	2	3	4	5
12. Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola.	1	2	3	4	5
13. Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu pokličem nekoga, ki ga ne poznam dobro.	1	2	3	4	5
14. Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz..	1	2	3	4	5
15. Navadno se počutim sproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene.	1	2	3	4	5

Vir:(Leary (1983)

Vprašanja 2, 3, 6, 10 in 15 na tej lestvici so obrnjena zato jih je bilo potrebno rekodirati (5=1, 4=2, 3=3, 2=4, 1=5).

Za merjenje osamljenosti pa je bil uporabljen vprašalnik (glej tabelo 5.6), ki ga je prav tako sestavil Leary (1983) in pravzaprav govori o strahu pred negativnim.

Tabela 5.6: Strah pred negativnim

Lastnost	Ni značilno zame	Delno značilno zame	Srednje značilno zame	Zelo značilno zame	Izjemno značilno zame
1. Skrbi me, kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno.	1	2	3	4	5
2. Nisem zaskrbljen tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni.	1	2	3	4	5
3. Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebnostne napake.	1	2	3	4	5
4. Redko me skrbi, kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem.	1	2	3	4	5
5. Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli.	1	2	3	4	5
6. Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako.	1	2	3	4	5
7. Ne zanima me mnenje drugih o meni.	1	2	3	4	5
8. Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi, kaj si tista oseba misli o meni.	1	2	3	4	5
9. Navadno me skrbi, kakšen vtis sem napravil.	1	2	3	4	5
10. Če vem, da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name.	1	2	3	4	5
11. Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem, kaj si drugi mislijo o meni.	1	2	3	4	5
12. Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar.	1	2	3	4	5

Vir: Leary (1983)

Vprašanja 2, 3, 7 in 10 so bila obrnjena zato jih je bilo potrebno rekodirati (5=1, 4=2, 3=3, 2=4, 1=5).

Razkritje resničnega jaza so definirala 4 vprašanja, ki prikazujejo, koliko in ali sploh ljudje razkrivajo svoj resnični jaz v pogovorih na spletu v razmerju z interakcijo v vsakdanjem življenju. Prvi dve vprašanji sta imeli možna le dva odgovora in sta namenjeni ugotavljanju ali pride do razkrivanja resničnega jaza na internetu. Odgovor »DA« je imel vrednost 1, odgovor »NE« pa 2. To smo nato rekodirali tako, da so vrednosti zavzele interval [0,1], kjer je DA=1 in NE=0. Zadnji dve pa sta imeli lestvico, kjer so posamezniki izrazili stopnjo razkrivanja resničnega jaza. To lestvico smo kasneje rekodirali v interval [0,1], kjer je 1=0 in 7=1. Pri rekodiranju smo uporabili naslednjo formulo:

$$[0,1] = \frac{n-1}{6}$$

Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja?

Možna odgovora sta bila dva: Da ali NE

Ali obstajajo stvari, ki jih vaši internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?

Možna odgovora sta bila dva: DA ali NE

Na lestvici od 1 do 7 (1= sploh ne, 7= zelo veliko) označite, do katere mere bolj izrazite svoje različne osebne plat na internetu kot v resničnem življenju.

Na lestvici od 1 do 7 (1= sploh ne, 7= zelo veliko) označite, do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vaš internetni klepet ali vaše komentarje na forumih.

5.3 Podrobna analiza podatkov in interpretacija rezultatov

5.3.1 Univariantna analiza

Pri odgovorih na indikatorje družbene anksioznosti so se anketiranci najbolj strinjali s trditvijo, da z osebo nasprotnega spola govorijo sproščeno (aritmetična sredinaja 3.7) in s trditvijo, da se počutijo sproščeno, ko so v družbi drugih, tudi drugačnih ljudi (aritmetična sredina je 3.1). Najmanj pa so se

strinjali s trditvama »Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja» in »V splošnem sem plaha oseba«. Skupina anketirancev je torej dokaj odprta in radovedna skupina ljudi, ki radi sklepajo nova znanstva (glej tabelo 5.7).

Tabela 5.7: Opisne statistike za spremenljivko socialna anksioznost

Indikator	Ar. Sred.	Std. Napaka
Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno	3,667	0,063
Navadno se počutim sproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene	3,138	0,073
Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi	3,051	0,073
Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,833	0,067
Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,710	0,073
Počutil se bi nervozno, če bi me intervjuirali za službo	2,696	0,069
Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola	2,442	0,071
Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna	2,355	0,069
Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	2,304	0,069
Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu pokličem nekoga, ki ga ne poznam dobro	2,275	0,070
Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz	2,014	0,057
Včasih občutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro	1,913	0,049
Pogosto se počutim živčno, tudi pri običajnih srečanjih	1,732	0,054
V splošnem sem plaha oseba	1,645	0,058
Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1,609	0,051

Najmanj pa so se strinjali s trditvama, da jih »zabave pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja« (aritmetična sredina je 1.61), ter »v splošnem sem plaha oseba« (aritmetična sredina je 1.64). Skupina anketirancev s temi odgovori ponovno pokaže svojo odprtost do nove družbe, novih znanstev. Prav tako pa so glede na ti trditvi v vzorcu bolj pogumni ljudje, ki radi navežejo nove stike.

Indikatorji družbene anksioznosti se porazdeljujejo približno normalno. Izstopa »v splošnem sem plaha oseba«, ki je zelo koničasta in asimetrična v desno. To lahko razložimo s tem, da se najbrž nihče ne želi odkrito izpostaviti kot plašna oseba. Spremenljivko bomo kljub temu obdržali v analizi.

Tabela 5.8: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na spol

Indikatorji/spol	Moški	Ženski	Skupaj
Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno	3,7	3,6	3,7
Navadno se počutimsproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene	3,3	3,0	3,1
Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi	3,0	3,1	3,1
Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	3,0	2,6	2,8
Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,7	2,7	2,7
Počutil se bi nervozno, če bi me intervjuirali za službo	2,7	2,7	2,7
Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola	2,3	2,6	2,4
Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna	2,3	2,4	2,4
Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	2,2	2,4	2,3
Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu poklicem nekoga, ki ga ne poznam dobro	2,2	2,3	2,3
Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz	2,0	2,1	2,0
Včasih občutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro	1,8	2,0	1,9
Pogosto se počutimživčno, tudi pri običajnihsrečanjih	1,7	1,7	1,7
V splošnem sem plaha oseba	1,4	1,9	1,6
Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1,5	1,7	1,6

Če pogledamo razdelitev indikatorjev glede na spol (glej tabelo 5.8) lahko ugotovimo, da so okrog neznancev malo bolj sproščeni moški kot ženske. Prav tako so se ženske v vzorcu prikazale kot rahlo bolj plaha osebe kot moški pri srečanjih z drugimi ljudmi.

Tabela 5.9: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na izobrazbo

Indikatorji/izobrazba	do III stopnje	IV stopnja	V stopnja	VI stopnja	VII stopnja	Skupaj
Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno	3,7	3,4	3,4	3,8	3,9	3,7
Navadno se počutimsproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene	3,2	3,3	2,5	2,9	3,5	3,1
Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi	3,2	2,6	2,8	3,3	3,1	3,1
Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,9	3,1	2,7	2,8	2,7	2,8
Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,9	2,6	2,9	2,7	2,5	2,7
Počutil se bi nervozno, če bi me intervjuirali za službo	2,9	2,4	2,6	2,7	2,6	2,7
Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola	2,7	2,3	2,4	2,9	2,1	2,4
Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna	2,6	2,0	2,0	2,6	2,3	2,4
Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	1,6	2,2	2,4	3,1	2,9	2,3
Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu poklicem nekoga, ki ga ne poznam dobro	2,4	2,4	2,4	2,7	1,9	2,3
Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz	2,0	2,0	2,0	1,9	2,1	2,0
Včasihobčutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro	1,9	2,1	2,0	1,9	1,7	1,9
Pogosto se počutimživčno, tudi pri običajnihsrečanjih	1,9	1,7	1,8	1,7	1,6	1,7
V splošnem sem plaha oseba	1,5	1,5	2,0	2,4	1,4	1,6
Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1,4	1,6	1,5	2,2	1,6	1,6

Če pogledamo indikatorje skupaj z izobrazbo (glej tabelo 5.9), lahko ugotovimo, da so v interakciji z neznanci bolj sproščeni ljudje z višjo izobrazbo, ki so hkrati tudi manj plašni od ostalih. Sledijo jim tisti z nizko izobrazbo, kjer pa v tem vzorcu gre le za mlade ljudi.

Tabela 5.10: Razporeditev indikatorjev družbene anksioznosti glede na starostno skupino

Indikatorji/starostne skupine	Najstniki	Mladostniki	Mladi zaposleni	Starejši zaposleni	Skupaj
Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno	3,74	3,61	3,92	3,46	3,67
Navadno se počutimsproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene	3,30	3,07	3,58	2,72	3,14
Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi	3,23	2,50	3,17	3,15	3,05
Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,91	3,00	3,08	2,46	2,83
Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	2,85	2,79	2,71	2,49	2,71
Počutil se bi nervozno, če bi me intervjuirali za službo	2,83	2,79	2,71	2,46	2,70
Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola	2,62	2,57	2,17	2,31	2,44
Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna	2,55	2,36	2,46	2,05	2,36
Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	1,62	2,00	2,96	2,95	2,30
Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu poklicem nekoga, ki ga ne poznam dobro	2,36	2,68	1,67	2,26	2,28
Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz	2,00	2,07	2,04	1,97	2,01
Včasihobčutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro	1,94	2,29	1,58	1,82	1,91
Pogosto se počutimživčno, tudi pri običajnihsrečanjih	1,85	1,68	1,42	1,82	1,73
V splošnem sem plaha oseba	1,47	1,82	1,42	1,87	1,64
Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1,45	1,79	1,29	1,87	1,61

Med bolj sproščene v interakcijah (glej tabelo 5.10) sodijo najstniki in mlajši zaposleni. Medtem, ko se pred neznano skupino ljudi bolje počutijo mlajši in starejši zaposleni. Starejši zaposleni in mladostniki se na zabavah ne počutijo najbolje, nasprotno od njih pa mlajši zaposleni in najstniki uživajo v njih.

Cronbachov alfa je koeficient zanesljivosti, ki se uporablja kot mera notranje konsistentnosti in zanesljivosti rezultat testa za določen vzorec (Cronbach 1951). Cronbachov alfa koeficient je pri

spremenljivki socialna anksionost 0,65 (glej tabelo 5.11) in je torej na meji med dobro in vprašljivo (George in Mallery 2003) povezanostjo indikatorjev znotraj spremenljivke.

Tabela 5.11: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje socialne anksioznost

Cronbachov alfa	Št. Indikatorjev
0,65	15

Precej boljši je koeficient, če odstranimo »Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam« in »Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...)«, saj je potem vrednost koeficienta skoraj 0,7 (glej tabelo 5.12). Pri nadaljnji analizi smo, zato odstranili ta dva indikatorja.

Tabela 5.12: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje socialne anksioznosti, brez dveh indikatorjev

Cronbachov alfa	Št. Indikatorjev
0,69	13

Spremenljivke, ki kažejo osamljenost se razporejajo približno normalno (glej tabelo 5.13) in so vse primerne za analizo. Odstopa le »skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli«, ki je malo bolj sploščena od ostalih. Obdržali jo bomo v analizi, saj odstopanje ni veliko. Skupino anketirancev sicer skrbi kakšen vtis so napravili (aritmetična sredina je 2,75), ne skrbi pa jih toliko kakšen vtis trenutno ustvarjajo pri nekom drugem (aritmetična sredina je 2,68). Hkrati jih ni strah, da bi drugi opazili njihove osebnostne napake (aritmetična sredina je 2,14). Ko se pogovarjajo z nekom, jih ne skrbi, kaj si tista oseba misli o njih (aritmetična sredina je 2,13). Analiza nam je pokazala, da gre pri vzorcu za skupino družabnih ljudi, ki jih redko skrbijo mnenja drugih.

Tabela 5.13: Opisne statistike za spremenljivko osamljenost

Indikator	Ar. sredina	Std. Napaka
Navadno me skrbi kakšen vtis sem napravil	2,75	0,064
Redko me skrbi kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem	2,68	0,069
Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli	2,47	0,081
Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar	2,46	0,075
Če vem, da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name	2,43	0,062
Skrbi me kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno	2,38	0,069
Nisem zaskrbljen, tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni	2,38	0,061
Ne zanima me mnenje drugih o meni	2,30	0,071
Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem kaj si drugi mislijo o meni	2,29	0,073
Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako	2,14	0,060
Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebnostne napake	2,14	0,066
Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi kaj si tista oseba misli o meni	2,13	0,070

Če pogledamo opisne statistike pri osamljenosti glede na spol (glej tabelo 5.14) lahko ugotovimo, da ženske med respondenti malo bolj kot moške skrbi, kakšen vtis bodo napravile. Prav tako jih malo bolj skrbi, da bi drugi opazili osebnostne napake, oz. kaj si drugi mislijo o njih.

Tabela 5.14: Indikatorji osamljenosti glede na spol

Indikator/spol (aritmetična sredina)	Moški	Zenski	Skupaj
Navadno me skrbi kakšen vtis sem napravil	2,7	2,8	2,8
Redko me skrbi kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem	2,8	2,6	2,7
Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli	2,1	2,8	2,5
Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar	2,4	2,5	2,5
Ce vem da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name	2,6	2,3	2,4
Skrbi me kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno	2,5	2,3	2,4
Nisem zaskrbljen, tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni	2,4	2,4	2,4
Ne zanima me mnenje drugih o meni	2,3	2,3	2,3
Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem kaj si drugi mislijo o meni	2,1	2,4	2,3
Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako	2,1	2,2	2,1
Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebnostne napake	2,1	2,2	2,1
Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi kaj si tista oseba misli o meni	2,0	2,2	2,1

Izobrazba pri indikatorjih osamljenosti (glej tabelo 5.15) kaže na to, da so bolj izobraženi tudi bolj samozavestni. Manj jih skrbi, kakšen vtis bodo napravili pri drugih in manj jih skrbi, kaj si bodo drugi mislili o njih.

Tabela 5.15: Indikatorji osamljenosti glede na izobrazbo

Indikator/izobrazba (aritmetična sredina)	do III stopnje	IV stopnja	V stopnja	VI stopnja	VII stopnja	Skupaj
Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi kaj si tista oseba misli o meni	2,6	2,2	2,0	1,5	1,9	2,13
Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebnostne napake	2,3	2,3	1,9	2,1	2,1	2,14
Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako	2,5	2,1	2,0	2,0	1,9	2,14
Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem kaj si drugi mislijo o meni	2,3	2,7	2,5	2,2	2,0	2,29
Ne zanima me mnenje drugih o meni	2,4	2,2	2,4	2,3	2,1	2,30
Nisem zaskrbljen, tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni	2,2	2,3	2,6	2,2	2,5	2,38
Skrbi me kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno	2,3	2,5	2,7	1,8	2,4	2,38
Ce vem da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name	2,2	2,7	2,7	2,3	2,4	2,43
Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar	2,9	2,3	2,7	2,2	1,9	2,46
Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli	3,1	1,6	2,4	2,2	2,4	2,47
Redko me skrbi kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem	2,9	2,7	2,5	2,1	2,7	2,68
Navadno me skrbi kakšen vtis sem napravil	3,0	2,9	2,6	2,1	2,7	2,75

Vtis in sprejetost pri ostalih bolj skrbi najstnike (glej tabelo 5.16). Najstnike in mladostnike tudi bolj skrbi, kaj si drugi mislijo o njih in predvsem najstnike, da bi drugi našli ali videli kakšne napake na njih.

Tabela 5.16: Indikatorji osamljenosti glede na starostne skupine

Indikatorji / Starostne skupine	Najstniki	Mladostniki	Mladi zaposleni	Starejši zaposleni	Skupaj
Navadno me skrbi kakšen vtis sem napravil	3,02	3,11	2,75	2,18	2,75
Redko me skrbi kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem	2,98	2,68	2,62	2,36	2,68
Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli	2,98	1,89	2,75	2,10	2,47
Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar	2,89	2,61	2,17	2,03	2,46
Ce vem da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name	2,34	2,61	2,25	2,51	2,43
Skrbi me kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno	2,34	2,64	2,71	2,05	2,38
Nisem zaskrbljen, tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni	2,34	2,50	2,71	2,13	2,38
Ne zanima me mnenje drugih o meni	2,47	2,32	2,21	2,13	2,30
Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem kaj si drugi mislijo o meni	2,26	2,93	1,83	2,15	2,29
Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebnostne napake	2,23	2,36	2,04	1,92	2,14
Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako	2,43	2,07	1,87	2,00	2,14
Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi kaj si tista oseba misli o meni	2,51	2,32	2,00	1,62	2,13

Cronbachov alfa je pri osamljenosti 0,789 (glej tabelo 5.17) in kaže, da je povezanost med indikatorji dobra.

Tabela 5.17: Cronbachov alfa koeficient za indikatorje osamljenosti

Cronbachov alfa	Št. Indikatorjev
0,789	12

Na vprašanje »Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja« je pritrdilno odgovorilo le 12,3 % respondentov (glej tabelo 5.18).

Tabela 5.18: Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja

	Število odgovorov	Odstotek
Da	34	12,3
Ne	242	87,7
Skupaj	276	100

Na vprašanje »Ali obstajajo stvari, ki jih vaši internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?« je pozitivno odgovorilo 21,7 % respondentov (glej tabelo 5.19). Torej, približno petina respondentov razkrije stvari na internetu, ki jih sicer ne razkrije v vsakdanjem življenju.

Tabela 5.19: Ali obstajajo stvari, ki jih vaši internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?

	Število odgovorov	Odstotek
Da	60	21,7
Ne	216	78,3
Skupaj	276	100

Anketiranci so še povedali (glej tabelo 5.20), da praktično ne izražajo bolj izrazito drugačnih osebnostnih plati na internetu kot v resničnem življenju in da bi znanci, ki bi brali komentarje anketirancev, bili le malo presenečeni nad izjavami anketirancev na internetu. Trditve anketirancev kažejo na to, da se ti na internetu predstavljajo bolj kot ne s svojim resničnim jazom in le malo skrivajo svoj jaz na spletu.

Tabela 5.20: Stopnja razkrivanja resničnega jaza na internetu

	Do katere mere bolj izrazite svoje različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju	Do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vas internetni klepet ali vaše komentarje na forumih
Aritmetična sredina	2,42	3,15
Standardni odklon	1,25	1,78
Asimetrija	0,30	0,49
Std. napaka asimetrije	0,15	0,15
Sploščenost	-0,90	-0,63
Std. napaka sploščenosti	0,29	0,29

Ko razdelimo indikatorje razkritja jaza glede na spol (glej tabelo 5.21), je najbolj zanimivo to, da so moški bolj izražali različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju.

Tabela 5.21: Indikatorji razkritja jaza glede na spol

Indikatorji/spol (aritmetična sredina)	Moški	Ženski	Skupaj
Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja?	1,9	1,9	1,9
Ali obstajajo stvari, ki jih vasi internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?	1,7	1,8	1,8
Do katere mere bolj izrazite svoje različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju	2,6	2,2	2,4
Do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vas internetni klepet ali vaše komentarje na forumih	3,1	3,2	3,2

Pri razdelitvi indikatorjev razkritja jaza glede na izobrazbo (glej tabelo 5.22) lahko opazimo, da manj izobraženi bolj razkrivajo različne osebnostne plati na internetu, kot v resničnem življenju. Obenem pa bi pri tej skupini bili družina in prijatelji bolj presenečeni, če bi brali njihov klepet ali izjave na internetu. Manj izobraženi torej skrivajo svoj resnični jaz v medosebni komunikaciji. Kar se sklada s prejšnjo ugotovitvijo, da so bolj izobraženi tudi bolj samozavestni.

Tabela 5.22: Indikatorji razkritja jaza glede na izobrazbo

Indikatorji/izobrazba (aritmetična sredina)	do III stopnje	IV stopnja	V stopnja	VI stopnja	VII stopnja	Skupaj
Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja?	1,9	1,8	2,0	2,0	1,8	1,9
Ali obstajajo stvari, ki jih vasi internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?	1,9	1,5	1,8	1,9	1,8	1,8
Do katere mere bolj izrazite svoje različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju	3,0	2,7	2,3	1,5	2,0	2,4
Do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vas internetni klepet ali vase komentarje na forumih	3,6	3,1	3,2	3,2	2,6	3,2

Najbolj bi bili družina in prijatelji presenečeni z lastnim opisom najstnikov (glej tabelo 5.23), kar se sklada tudi z njihovo skrbjo o zunanjem videzu in skrbi o tem, kako jih vidijo drugi. Medtem, ko najmanj zaupajo prijateljem na spletu starejši zaposleni in najstniki, ki so tudi najbolj odkriti z ljudmi na spletu. Mladostniki bolj kot ostali eksperimentirajo z različnimi osebnostmi na spletu.

Tabela 5.23: Indikatorji razkritja jaza glede na starost

Indikatorji / starostne skupine	Najstniki	Mladostniki	Mladi zaposleni	Starejši zaposleni	Skupaj
Do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vas internetni klepet ali vase komentarje na forumih	3,6	3,21	2,96	2,69	3,15
Do katere mere bolj izrazite svoje različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju	2,89	3,07	2,42	1,38	2,42
Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja?	1,94	1,79	1,75	1,95	1,88
Ali obstajajo stvari, ki jih vasi internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?	1,87	1,5	1,75	1,9	1,78

Indikatorje družbene anksioznosti smo nato združili v spremenljivko `soc_anx` in preverili frekvenco in porazdelitev. Spremenljivka se razporejuje normalno (glej tabelo 5.24).

Tabela 5.24: Statistike spremenljivke `soc_anx`

Ar. Sredina	31,25
Std. odklon	6,40
Varianca	40,914
Asimetrija	-0,075
Std. napaka asimetrije	0,147
Sploščenost	-0,276
Std. napaka sploščenosti	0,292

Indikatorje, ki pojasnjujejo osamljenost pa smo združili v spremenljivko `lonely`, ki se prav tako porazdeljuje normalno (glej tabelo 5.25).

Tabela 5.25: Statistike spremenljivke `lonely`

Aritmetična sredina	28,55
Std. odklon	7,52
Varianca	56,554
Asimetrija	0,121
Std. napaka asimetrije	0,147
Sploščenost	-0,713
Std. napaka sploščenosti	0,292

Odvisno spremenljivko pa smo sestavili iz zadnjih štirih vprašanj, ki smo jih rekodirali v interval [0,1] in spremenljivko nato poimenovali razkritje (glej Tabelo 5.26). Razkritje je zelo asimetrična v desno in je tudi precej sploščena. Ne razporejuje se povsem normalno, saj je precej anketirancev odgovorilo na dve vprašanji z »NE«.

Tabela 5.26: Statistike spremenljivke razkritje

Aritemtična sredina	0,23
Standardni odklon	0,21
Varianca	0,043
Asimetrija	1,228
Std. Napaka asimetrije	0,155
Sploščenost	1,518
Std. napaka sploščenosti	0,292

5.3.2 Bivariantne analize

Ugotovimo lahko (glej tabelo 5.27), da **obstaja statistično značilna povezava med družbeno anksioznostjo in razkrivanjem resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza v realnem svetu**. Povezava med osamljenostjo in razkrivanjem resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza v realnem svetu, pa ni statistično značilna. Obstaja tudi povezava med družbeno anksioznostjo in osamljenostjo.

Tabela 5.27: Korelacije spremenljivk soc_anx in lonely

		razkritje	soc_anx	lonely
Pearsonova korelacija	razkritje	1,000	0,141	0,008
	soc_anx	0,141	1,000	0,579
	lonely	0,008	0,579	1,000
Sig. (1-tailed)	razkritje	.	0,009	0,445
	soc_anx	0,009	.	0,000
	lonely	0,445	0,000	.

Nato smo preverili še relevantnost modela (glej tabelo 5.28 in 5.29).

Tabela 5.28: Podatki o relevantnosti modela

R ²	Std. Napaka ocene	Sig. F spremembe
0,28	0,206	0,21

Skoraj 3% variabilnosti v razkrivanju resničnega jaza je pojasnjeno z modelom. Po tej obdelavi podatkov ugotovimo, da gre za šibek model.

Tabela 5.29: F- test

Model	Vsota kvadratov	df	Ar. sredina kvadratov	F	Signifikanca
Regresija	0,335	2	0,167	3,938	0,021
Ostanek	11,598	273	0,042		
Skupaj	11,933	275			

Neodvisne spremenljivke: lonely, soc_anx

Odvisna spremenljivka: razkritje

Nato smo opravili linearno regresijo (glej tabelo 5.30) in dobili naslednje rezultate:

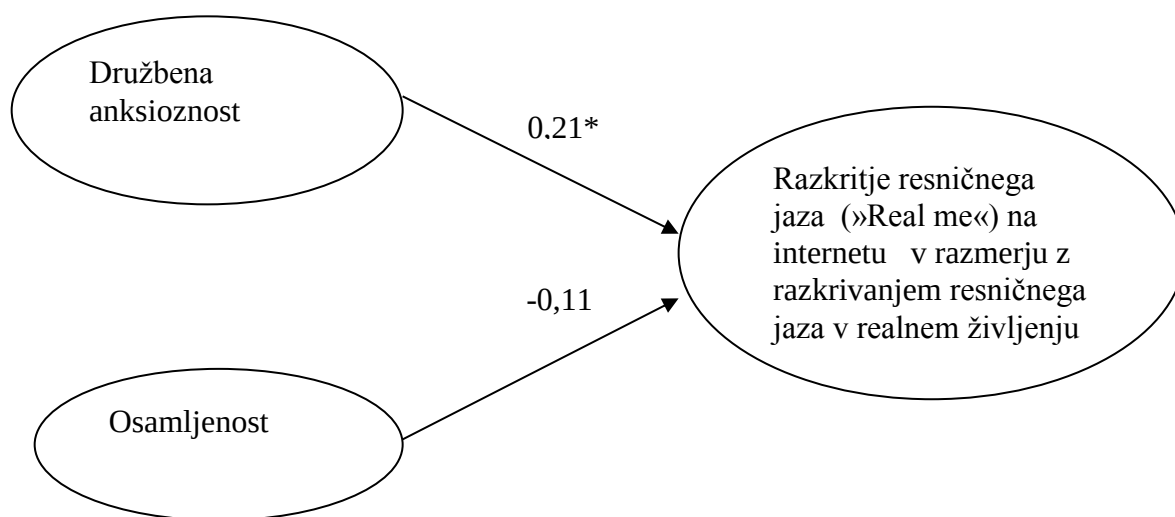
Tabela 5.30: Koeficienti spremenljivk soc_anx in lonely

Model	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti	t	Sig.	Korelacije		
	B	Stand. napaka	Beta			ničelni red	delna	del
Konstanta	0,113	0,064		1,767	0,078			
soc_anx	0,007	0,002	0,205	2,803	0,005	0,141	0,167	0,167
lonely	-0,003	0,002	-0,11	-1,507	0,133	0,008	-0,091	-0,09

Odvisna spremenljivka: Razkritje

Teorija pravi, da bodo ljudje, ki so bolj osamljeni in bolj družbeno anksiozni, prej razkrili resnični jaz svojim internetnim prijateljem, kot prijateljem v resničnem življenju. Z regresijo na izbranem vzorcu ljudi smo pokazali, da to drži le za družbeno anksiozne ljudi. Osamljeni ga ne bodo nujno prej razkrili na internetu v spletnih skupnostih (glej sliko 5.2).

Slika 5.2: Teoretski model razkrivanja resničnega jaza na internetu v razmerju z razkrivanjem resničnega jaza v realnem življenju - po obdelavi podatkov



Analiza zbranih podatkov je pokazala tudi na možnost vpliva drugih, tokrat nepreučevanih spremenljivk, na to, ali posamezniki bolj ali manj razkrijejo svoj resnični jaz v interakciji na internetu.

Rezultate bi lahko precej izboljšali, če bi v anketo vključili bolj reprezentativni vzorec in če bi anketa zajela še več ljudi, ki aktivno uporabljajo spletne strani za socialno mreženje na internetu (strani kot so npr. Facebook, MySpace, G+ itd.). Le tako bi lažje definirali značilnosti tistih, ki se vključujejo v spletne skupnosti in tam tudi razkrivajo svojo resnično podobo drugim članom skupnosti.

Rezultati naše raziskave so podobni tistim, ki jih je imela McKenna (McKenna, Green in Gleason 2002) v svoji raziskavi o ustvarjanju odnosov na spletu. Ugotavljala je, da tisti, ki so socialno anksiozni in ki so osamljeni, bodo bolj čutili, da lahko bolj izrazijo sebe na spletu v odnosih z

drugimi na internetu, kot to lahko naredijo v odnosih v medosebni interakciji v običajnem življenju. Pri tem se lahko odnosi, ki nastanejo na spletu prenesejo v resnično življenje in postanejo del vsakdanjega življenja. Pri vsaki stopnji procesa ljudje predajo nadzor njihove strani v interakciji v zameno za večjo intimnost. McKenna tudi odkriva, da se lahko oblikujejo globlji odnosi preko spleta, ki se skozi čas utrdijo in postanejo stabilni. Zanimivo pri tem je tudi, da so si, če se najprej srečajo na internetu, tudi bolj všeč, saj ni ovir pri komuniciranju, ki bi morda bile prisotne ob prvem medosebnem srečanju. Še več, ugotovila je, da ta všečnost preživi tudi prvo medosebno srečanje med tistimi, ki so zgradili odnos preko spleta. Podobno ugotavljata tudi Petrič in Petričič (2008), ko govorita o gradnji odnosov v spletni skupnosti, ki se lahko nato prenesejo iz spletnih skupnosti v medosebno komunikacijo. Le, če so ti odnosi »zdravi«, se lahko okrepijo in postanejo del posameznikovega življenja. Podjetja si tako preko dobrih odnosov s potrošniki v njihovi spletni skupnosti lahko zagotovijo lojalnega potrošnika, ki bo širil dober glas o blagovni znamki.

6 Sklep

Komunikacija preko spleta poteka tako na ravni med dvema osebama, kot tudi v različnih drugih verzijah (npr. mnogi-mnogim, eden-mnogim, mnogi-enemu). Pri tem so uporabnikom v pomoč razna orodja, ki se razvijajo vedno hitreje. Tako danes poznamo razne »messengerje«, forume, programe za video konferenco... Z dostopnostjo in popularnostjo programov se niža tudi cena strojne opreme in je tako tovrstna komunikacija dostopna vedno večjemu številu ljudi.

Pri komuniciranju in ustvarjanju odnosov preko spleta se ljudje združujejo v skupine, kjer poleg tega, da komunicirajo, pogosto skušajo tudi doseči nek skupen cilj. Te skupine lahko obstajajo tudi v virtualnem svetu na internetu in imajo tudi nekaj svojih značilnosti, ki so drugačne od klasičnih skupin. Med pomembnejšimi je gotovo ta, da so zelo ohlapne in da njihova komunikacija poteka preko spleta. Pri tej komunikaciji pa navadno ne razkrijejo svoje identitete in se skrivajo za psevdonimi.

Podobno kot se moramo naučiti drugih stvari, se je potrebno naučiti tudi pravil komuniciranja v takšnih skupinah in vstopanja vanje. Ljudje bi se morali izobraziti o tem že v mladosti, kakor tudi o razliki med virtualnimi svetovi in realnim svetom. Pravila obnašanja, ki veljajo v spletnih skupinah so lahko drugačna od pravil obnašanja, ki jih poznamo v vsakdanjem življenju, saj so spletne skupine lahko sestavljene tudi iz ljudi, ki prihajajo iz različnih kultur.

Spletne skupine se danes širijo tudi s pomočjo strani, ki pomagajo ustvarjati socialna omrežja (npr. Facebook). Zaenkrat še ni povsem jasno, kolikšen vpliv imajo te skupine na razvoj dogodkov v svetu. Jasno je le to, da je ameriški predsednik Barack Obama v predsedniških volitvah uporabil te skupine kot orodje za širjenje svojih idej in mobilizacijo volivcev. Strani, kot so na primer Twitter in YouTube, pa so pomagale pri širjenju informacij o protestih v Iranu po predsedniških volitvah 2009, ter nazadnje omogočile Arabsko pomlad.

Spletne skupine imajo lahko vpliv na dogodke v resničnem svetu. Vendar točno, kakšen je, kdaj se vpliv vidi in koliko vpliva imajo te skupine, ostaja neznanka. V tej nalogi smo prikazali, da se ravno zaradi širjenja določenih idej, spletne skupine lahko znajdejo pred raznimi ovirami v komunikaciji. Te ovire lahko poleg tehnoloških in ekonomskih vključujejo tudi politične, kjer gre za cenzuro. Ta je

lahko uvedena znotraj skupine ali je zunanja. Pri tem je pomembno to, da se, če je članov dovolj, pravila v skupini skuša zaobiti z ustvarjanjem nove skupine. Tako je komuniciranje nemoteno in v duhu interneta (kot mednarodne spletne mreže). Ravno zaradi principa mreže je tudi zunanja cenzura na spletu otežena. Če odstranimo eno vozlišče, informacija enostavno lahko poteka preko drugega. To je pomembno, saj je tudi cenzura strani, kjer le ta morda ni sporna (na primer otroška pornografija, strani za širjenje nestrpnosti ...), zelo težavna. Zato internet še vedno velja za svoboden medij.

V zadnjem času skušajo različne vlade po svetu najti načine in vzvode za nadzor pretoka informacij, a zdi se, da je to obsojeno na propad. Saj so novi ključni za kodiranje podatkov praktično nezlomljivi s trenutno obstoječo strojno opremo. Kitajska je uvedla ogromen požarni zid, ki preprečuje dostope do določenih strani. A spletni uporabniki so to zaščito zaobšli z uporabo »proxy« strežnikov, kjer posameznik navidezno dostopa do strani preko druge IP (identifikacijske) številke računalnika.

Zaradi ovir v komuniciranju in tudi enostavnega načina, kako jih obiti, mnogo ljudi ne želi izpostaviti svojih osebnih podatkov na spletu. Vendar obstajajo tudi tisti, ki to lažje storijo na internetu kot v resničnem svetu. Z raziskavo smo lahko potrdili našo hipotezo, da so družbeno anksiozni ljudje bolj pripravljeni razkriti svoj resnični jaz na internetu, kot v resničnem svetu. To pa ne velja tudi za tiste, ki se počutijo osamljene. Za te ne moremo z gotovostjo reči, da bodo prej razkrili svoj resnični jaz na internetu, kot v resničnem svetu. Povezava je nakazana, a ni statistično značilna. Internet služi torej neki skupini ljudi tudi za razkrivanje svoje identitete, ki si je sicer ne bi upali razkriti. Predstavlja jim orodje, s katerim vstopijo v družbo in se počutijo del nje.

Kar nismo zajeli v raziskavi, pa je vpliv norm in pravil v spletnih skupnostih na njihove člane oz. na samo identiteto posameznika. Raziskave, ki sta jih opravila Petrič in Petrovčič (2008) so pokazale, da sama pravila lahko vplivajo na čas obstoja skupnosti. Vendar so posamezniki svojo resnično identiteto skrili za psevdonimi, čeprav je skupnost imela ohlapnejša pravila delovanja. Norme in pravila torej vendarle imajo nek vpliv na vedenje posameznika, vendar je vprašanje, če imajo vpliv na pripravljenost razkritja resničnega jaza. Morda bi se lahko le ta vključila v raziskavo, ampak to bi bilo verjetno kar zahtevno narediti, saj bi morali dobiti tudi posameznike, ki so delovali v skupnosti s strogo določenimi pravili, čeprav pravil morda niso poznali. Šele takrat bi lahko videli, če imajo

neka pravila vpliv na razkrivanje resničnega jaza posameznika. Omenjena raziskava (Petrič in Petrovič 2008) kaže, da veliko ljudi niti ne bi sodelovalo v skupnosti s prestrogimi pravili.

Za podjetje to pomeni, da lahko preko interneta pridobijo informacije in mnenja ljudi, katerih sicer ne bi mogli dobiti v resničnem svetu. Le ti lahko imajo pomembne informacije o produktih ali storitvah. Če denimo ne želijo odgovoriti na anketo, to še ne pomeni, da nimajo ključnih informacij, ki bi pomenile izboljšanja storitve ali izdelka. S spletno komunikacijo so torej omogočene poti tudi do mnenj ljudi, ki se komunikacije v vsakdanjem življenju izogibajo. Hkrati se mora podjetje ob takšnih stikih s skupnostmi zavedati, da bo ob prevelikem nadzoru skupnost ali zamrla ali pa bodo uporabniki ustvarili svojo, od podjetja neodvisno (neuradno) spletno skupnost, ki pa ne bo nujno vsebovala samo informacij, ugodnih za podjetje.

Splet omogoča ustvarjanje, grajenje in vzdrževanje odnosov na povsem novem nivoju. Glede na to, da se nova komunikacijska orodja nenehno razvijajo, lahko pričakujemo še več novosti. Podjetja in vladajoče oblasti pa se tega pogosto premalokrat zavedajo. Pomoč uporabnikom (izdelkov ali storitev) je še vedno precej omejena, stik s potrošniki pa ni vedno pristen. V prihodnosti pa bodo uspeli le tisti, ki bodo vse nove medije obvladali, jih razvijali in šli v korak z njimi.

7 Literatura

- Altman, I. in Taylor D.A. 1973. *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Anderson A., Craig, Leonard Berkowitz, Edward Donnerstein, L. Rowell Huesmann, James D. Johnson, Daniel Linz, Neil M. Malamuth in Ellen Wartella. 2003. The influence of Media Violence on Youth. V: *Psychological science in the public interest*. American psychological society 2003, 4 (3). Thousand Oaks: SAGE.
- Balkin, J.M. 1999. Filtering the Internet: A best practices model. Dostopno prek: <http://www.yale.edu/lawweb/jbalkin/articles/Filters0208.pdf> (30. september 2009).
- Bargh, Mc Kenna & Fitzimos (2002). Can you see the real me? Activation and expression of true self on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58 (1): 33–48. Boston: MIT.
- BBC. 2007a. Serenity named top sci-fi movie. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6517155.stm> (7. april 2007).
- BBC. 2007b. Cursor hackers target WoW players. 2007. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6526851.stm> (5. april 2007)
- BBC. 2010. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8727647.stm> (18. Avgust 2010).
- Becker, Karen L. 2003. *Just Tell Me What to Do: Group Dynamics in a Virtual Environment*. Dostopno prek: <http://eprints.qut.edu.au/12187/1/12187.pdf> (6. december 2009).
- Ben-Ze'ev, Aaron. 2004. *Love Online: Emotions on the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press 2004.
- Beyer, Jessica L. 2014. *Online communities and political mobilisation*. Oxford: Oxford University press 2014.

- Blanchard, Anita L. in Lynnie in Markus M. (2004): The Experienced »Sense« of a Virtual Community: Characteristics and Processes. *The Data Base for Advanced in Information Systems*, 35 (1): 64–71.
- Boles, Derek. 2007. Language of Media Literacy: A Glossary of Terms. Dostopno prek: http://www.medialit.org/reading_room/article565.html (18. december 2007)
- Boyle, James. 1997. Foucault in Cyberspace: Surveillance, Sovereignty, and Hardwired Censors. *Univ. Cin. Law Review* 66:177. Cincinnati: University of Cincinnati.
- Cerf, Vint. 2007. The tech lab. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6960896.stm> (24. avgust 2007).
- Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*. 16(3), 297-334. Champaign: University of Illinois, USA.
- Davies, Lizzie. 2009. Germany school killer gave warning in chatroom. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2009/mar/12/school-shooting-germany-letter> (21. september 2009)
- Dodge Martin , Smith, Andy & Doyle, Simon. 1997. "Urban Science" v GIS Europe, October 1997, 6 (10): 26–29. London: University College London.
- Fernback, J. in Brad Thompson, B. 1996. *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Dostopno prek: <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil.html> (17. december 2012).
- Fernback, Jan. 2000. *Profitable Surveillance: Online Community as Commercial Exploitation*. Thousand Oaks: SAGE
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- Fraser, C. 1978. Small groups. V: *Structure and Leaderships*. ur. Tajfel, C. Fraser. Middlesex: Penguin books.

- Freud, Sigmund. 1900/1938. *The Interpretation Of Dreams*. Hertfordshire: Wordsworth Editions 1997.
- George, D., & Mallery, P. 2003. *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Goffman, E. 1959. *The presentation of self in everyday life*. New York, Doubleday.
- Hall, S. 1990. *Cultural identity and diaspora*. V: Rutherford (ur.) *Identity*. London: Lawrence & Wishart.
- Hannabus S. & Allard, M. 2001. *Issues of censorship*. Library review 50 (2), (2001), 81-89. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Hayes, Andrew, F., Shanahan, James., Glynn, Carroll. and Uldall, Brian. 2003. "Individual Differences in Willingness to Self Censor" Paper presented at the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Sheraton Music City. Nashville, TN.
- Howe, Walt. 2012. *A Brief History of the Internet*. Dostopno prek: <http://www.walthowe.com/navnet/history.html> (17. December 2012).
- Huizinga, John. 1950. *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*. Boston: Beacon Press.
- Huston, William A. 2005. *Under Color of Law: Obscenity vs. the First Amendment*. Huston: Macro.
- Jones, S.G. 1995. *Understanding community in the information age*. V: *Cybersociety: Computer mediated communication and community*, ur. S.G. Jones, Str. 10-34. Thousand oaks, CA: Sage.
- Jung, C. G. 1953. *Two essays in analitical psychology*. New York: Pantheon.
- Kollock, Peter 1998. *Design Principles for online communities. Harvard Conference on the Internet and Society, 1996*. Los Angeles: University of California.
- Leary, M. R. 1983. A brief version of the Fear of Negative Evaluation Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9: 371-376. Washington: American Psychological Association.

- Lee, Darrick. 2003. Parental advisory warning labels steeped in controversy. Hush Your Mouth!. Dostopno prek: http://www.hushyourmouth.com/parental_advisory_labels.htm (26. maj 2006).
- Levine, Young, Margaret & Levine, John R. 2001. Poor Richard's Building Online Communities: Creating a Web Community for your Business. 2 (4). Kansas: Top Floor Publishing.
- Lesser, Eric L., Fontaine Michael A. in Slusher, Jason A, ur. 2011. *Knowledge and communities*. New York: Routledge.
- Machiavelli, Niccolo 1512/1992. The Prince. Prev. In ur. R.M. Adams. New York: W.W. Norton.
- Marco, Guy A.. 1995. Two False Dogmas of Censorship. V: *New Library World*. 96 (1124). Staunton: MBC University press.
- Markus, H. & Nurrius P. 1986. Possible selves. *American Psychologist*, 41: 954-969. Washington: American Psychological Association.
- Mayer, Janez in dr. 2001. Skrivnost ustvarjalnega tima. Ljubljana: Dedalus - Center za razvoj vodilnih osebnosti in skupin.
- Mc Kenna, K.Y.A., Green A.S. & Gleason M.E.J. 2002. Relationship formation on the internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58 (1): 9 – 31. Boston: MIT.
- Mc Kenna, K.Y.A. & Bargh, J.A. 1999. Causes and consequences of social interaction on the Internet: A conceptual framework. *Media Psychology*, 249–169. New York: Routledge.
- McQuail, Denis. 2005. *Mcquail's Mass Communication Theory*. 5. izdaja London: SAGE Publications.
- Meadows S. Mark. 2008. I, Avatar: The Culture and Consequences of Having a Second Life. V: *British Journal of Educational Technology*, 40 (3). London: Arrow Books.
- Miller, Vincent. 2011. *Understanding Digital Culture*. Oaks: SAGE Publications.
- Murdoch, Steven J. 2008. Anonymity and Censorship Resistance. Dostopno prek: www.cl.cam.ac.uk/~sjm217/talks/cl08security-anon.pdf (15. december 2008)

- Palme, J. 2000. Why do people use CMC? Dostopno prek: <http://people.dsv.su.se/~jpalme/why-people-use-cmc.html> (9. Marec 2008)
- Paulson, Kenneth A. 1999. Don't settle for scapegoats in Littleton. Dostopno prek: <http://www.freedomforum.org/templates/document.asp?documentID=6643> (17. April 2011).
- Petrič, Gregor in Petrovčič, Andraž. 2008. Strukturni in upravljalni dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih. V: Družboslovne razprave, XXIV. 45–67. Dostopno prek: <http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/58-petric-petrovcic.pdf> (17. januar 2013).
- Reid, E. M. 1991. Pruneyard Shopping Center v. Robbins, 447 U.S. 74 (1980).
- Rheingold, H. 1993b. The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA.: Addison-Wesley.
- Rheingold, Howard. 2000. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA.: Addison-Wesley.
- Rot, N. 1983. Psihologija grupa. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Rubin, Z. 1951. Disclosing oneself to a stranger: Reciprocity and its limits. *Journal of experimental social psychology*, 11: 233–260. Amsterdam: Elsevier.
- Second Life. 2009. Dostopno prek: www.secondlife.com (15. december 2009).
- Schneier, Bruce. 1999. Crypto-Gram Newsletter. Dostopno prek: <http://www.schneier.com/crypto-gram-9902.html> (15. februar 1999).
- Smith, S.L., in Donnerstein, E. 1998. Harmful effects of exposure to media violence: Learning of aggression, emotional desensitization, and fear. In R.G. Geen & E. Donnerstein (Eds.), Human aggression: Theories, research, and implications for social policy: 67–202. New York: Academic Press.
- Splichal, Slavko. 2004. Vidnost in moč v javnem mnenju. V: *Javnost-The public (Vol 11)*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani.

- Statistični urad Republike Slovenije. 2009. Dostopno prek: www.surs.si (15. december 2009)
- Tan, BCY, Wei, K, Watson, RT, Clapper, DL in McLean, ER. 1998. 'Computer-Mediated Communication and Majority Influence: Assessing the Impact in an Individualistic and a Collectivist Culture', *Management Science*, 44 (9). USA: Institute for Operations Research and the Management Sciences
- Taylor, Phillip. 2001. Band's banishment, Manson's gyrations illustrate free-speech line. Dostopno prek: <http://www.freedomforum.org/templates/document.asp?documentID=14817>
- The Underdogs Forums. 2012. The Underdogs Forums – New World Order (forum rules). Dostopno prek: <http://www.the-underdogs.info/forum/viewtopic.php?t=37> (20. januar 2012)
- Tuckman, GW. 2001. '*Developmental sequence in small groups*', *Group Facilitation*, 3 (Spring): 66–81. Bethesda: Naval Medical Research Institute.
- Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.
- Ule, Mirjana. 1997. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- --- 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- UltraYou. 2012. Dostopno prek: <http://blogs.intel.com/> (18. avgust 2012).
- World of Warcraft. 2016. Dostopno prek: www.worldofwarcraft.com (20. februar 2016)
- Underwood, Doug. 1993. *When MBA's Rule the Newsroom. How the marketers and Managers are Reshaping Today's Media*. New Yourk: Columbia University Press.
- Van Dijk, J. 1998. The reality of virtual communities. *Trends in communication* 1 (19. Str. 39-63). Utrecht: Utrecht University.
- Valve. 2015. Dostopno prek: www.valvesoftware.com (8 januar 2012).
- Velenje. 2016. Dostopno prek: www.velenje.com (20. februar 2016).

- Wagner, Michael 2007. Friedrich von Borries, Steffen P. Walz, Matthias Böttger, ed. Space Time Play: Computer Games, Architecture and Urbanism - the Next Level. Birkhauser Verlag AG. p. 183. Berlin: Birkhäuser Architecture.
- Wellman, B in Gulia M. 1999. Virtual Communities as communities: net surfers don't ride alone. V: *Communities in cyberspace*, ur. M. Smith in P. Kollock, 94–167. New York: Routledge.
- Wikipedia. 2009. O jeziku Leet. Dostopno prek: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Leet> (15. Januar 2009).
- Wikipedia. 2016a. Bass diffusion model. Dostopno prek: https://en.wikipedia.org/wiki/Bass_diffusion_model#/media/File:Bass_diffusion_model.svg (20. februar 2016).
- Wikipedia. 2016b. Odprta spletna enciklopedija. Dostopno prek: www.wikipedia.org (20. februar 2016).
- Wikipedia. 2016c. Zdravljica. Dostopno prek: https://sl.wikipedia.org/wiki/Slika:Prečrtana_kitica_Zdravljice.jpg (17. marec 2016)
- Zakon, Robert H. 1993. Hobbes' Internet Timeline. Significant dates in the history of the Internet. Dostopno prek: <http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/> (17. marec 2016)
- Zhao, Shanyang in dr. 2008. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. V: *Computers in Human Behavior*, 24 (5). Amsterdam: Elsevier.

8 Priloga A - Vprašalnik

Spoštovani,

Z anketo, ki jo imate pred seboj, bomo poskušali raziskati, zakaj so ljudje pripravljeni razkriti svojo resnično podobo v vsakdanjem življenju in zakaj jo morda skrivajo pred drugimi na internetu.

Anketa je anonimna. Zbrani podatki bodo uporabljeni zgolj v znanstvene namene.

Za iskrene odgovore se vam vnaprej zahvaljujem.

1. Spol

a.) moški

b.) ženski

2. Stopnja izobrazbe

a.) do III stopnje

b.) IV stopnja

c.) V stopnja

c.) VI stopnja

d.) VII stopnja

e.) VIII stopnja ali več

3. Leto rojstva _____

4. Na lestvici od 1-5 (kjer 1 ni moja značilna lastnost in 5 je glavna lastnost, zelo značilna zame) označite, kako značilna je za vas naslednja lastnost:

Lastnost	Ni moja značilna lastnost	Je delno moja značilna lastnost	Je srednje moja značilna lastnost	Je zelo značilna lastnost zame	Je moja glavna lastnost, zelo značilna zame
1. Pogosto se počutim živčno, tudi pri običajnih srečanjih.	1	2	3	4	5
2. Navadno se dobro počutim, ko sem v skupini ljudi, ki jih ne poznam	1	2	3	4	5
3. Z osebo nasprotnega spola govorim sproščeno.	1	2	3	4	5
4. Ko moram govoriti z nadrejenim, postanem nervozen/nervozna.	1	2	3	4	5
5. Zabave me pogosto navdajajo z občutkom zaskrbljenosti in nelagodja.	1	2	3	4	5
6. Verjetno sem manj plah(a) v socialnih interakcijah (pogovori, druženje...) kot večina ljudi.	1	2	3	4	5

7. Včasih občutim napetost pri pogovoru z ljudmi istega spola, če jih ne poznam dobro.	1	2	3	4	5
8. Počutil bi se nervozno, če bi me intervjuirali za službo.	1	2	3	4	5
9. Želim si, da bi imel(a) več samozaupanja v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	1	2	3	4	5
10. Redko občutim zaskrbljenost v družbenih situacijah (razgovori, pogovori...).	1	2	3	4	5
11. V splošnem sem plaha oseba.	1	2	3	4	5
12. Pogosto občutim nelagodje, ko govorim s privlačno osebo nasprotnega spola.	1	2	3	4	5
13. Pogosto občutim nelagodje, ko po telefonu pokličem nekoga, ki ga ne poznam dobro.	1	2	3	4	5
14. Občutim nelagodje, ko govorim z nekom, ki ima višjo avtoriteto kot jaz..	1	2	3	4	5
15. Navadno se počutim sproščeno, ko sem z drugimi ljudmi, tudi ko so le-ti zelo drugačni od mene.	1	2	3	4	5

5. Pozorno preberite naslednje trditve in jih označite glede na to, kako značilna je ta trditev za vas na lestvici od 1 do 5 (kjer je 1 ni značilno zame in 5 izjemno značilno zame)

Lastnost	Ni značilno zame	Delno značilno zame	Srednje značilno zame	Zelo značilno zame	Izjemno značilno zame
1. Skrbi me, kaj si drugi ljudje mislijo o meni, čeprav vem, da je to vseeno.	1	2	3	4	5
2. Nisem zaskrbljen tudi ko vem, da si ljudje ustvarjajo neugodno podobo o meni.	1	2	3	4	5
3. Vedno me je strah, da bi drugi opazili moje osebne napake.	1	2	3	4	5
4. Redko me skrbi, kakšen vtis ustvarjam pri nekom drugem.	1	2	3	4	5
5. Skrbi me, da me drugi ne bi sprejeli.	1	2	3	4	5

6. Skrbi me, da bodo ljudje pri meni našli neko napako.	1	2	3	4	5
7. Ne zanima me mnenje drugih o meni.	1	2	3	4	5
8. Ko se pogovarjam z nekom, me skrbi, kaj si tista oseba misli o meni.	1	2	3	4	5
9. Navadno me skrbi, kakšen vtis sem napravil.	1	2	3	4	5
10. Če vem, da me nekdo ocenjuje (sodi), to nima nobenega učinka name.	1	2	3	4	5
11. Včasih mislim, da sem preveč zaskrbljen o tem, kaj si drugi mislijo o meni.	1	2	3	4	5
12. Pogosto me skrbi, da bom rekel/rekla ali napravil/napravila napačno stvar.	1	2	3	4	5

6. Ali menite, da odkrijete več o sebi ljudem, ki jih poznate iz interneta kot prijateljem iz vašega življenja?

- a.) DA
- b.) NE

7. Ali obstajajo stvari, ki jih vaši internetni prijatelji vedo o vas, pa jih ne morete deliti s prijatelji iz vašega življenja?

- a.) DA
- b.) NE

8. Na lestvici od 1 do 7 (1= sploh ne, 7= zelo veliko) označite, do katere mere bolj izrazite svoje različne osebnostne plati na internetu kot v resničnem življenju.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

9. Na lestvici od 1 do 7 (1= sploh ne, 7= zelo veliko) označite, do katere mere bi bili vaša družina in osebni prijatelji presenečeni, če bi brali vaš internetni klepet ali vaše komentarje na forumih.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---