

Gregor Petrič, Andraž Petrovčič

Strukturni in upravljavski dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih

POVZETEK: Prispevek obravnava družbene strukture in procese v skupinskih komunikacijskih prostorih na spletu, ki te prostore povzdignejo iz socialnih agregatov v družbeno formo, ki jo lahko imenujemo spletna skupnost. Pri tem se osredotoča na tri sidrišča spletnih skupnosti – družbeno kohezijo, zaupanje in participacijo, ki omogočajo skupnostim njihovo reprodukcijo in kontinuiteto, hkrati pa so tudi vir znanja, družbenih odnosov in identifikacije za njene člane. Ponujen je vpogled v procese regulacije in samopredstavitve, ki odločilno vplivajo na tri sidriščne elemente spletnih skupnosti. Na osnovi teoretske razprave je oblikovan pojasnjevalni model, ki vzpostavlja vzročno-posledične odnose med omenjenimi procesi. Predstavljena je izčrpna operacionalizacija dejavnikov na ravni lastnosti skupnosti, ki izhajajo iz upravljavskih odločitev, in tistih, ki so rezultat družbene dinamike v skupnosti. Rezultati multiple regresijske analize na 61 slovenskih spletnih forumih kažejo, da na družbeno kohezijo, zaupanje in participacijo v spletnih skupnostih v največji meri vplivajo družbene strukture kot rezultat skupinske dinamike, v manjši meri pa upravljavške odločitve, ki imajo lahko tudi nezaželene prikritne posledice.

KLJUČNE BESEDE: spletna skupnost, spletni forum, družbena kohezija, zaupanje, participacija

1 Uvod

Internet se je iz pretežno informacijsko-komunikacijskega omrežja že dodobra preobrazil v družbeno omrežje. Spletni forumi, skupinske razprave in strani za socialna omrežja so v vrhu uporabe internetnih servisov, in to ne samo med mladimi (Lenhart in dr. 2007). Prostori skupinskega komuniciranja na internetu so pridobili pomembno družbeno vlogo in že dolgo niso več le tisto, kar so bili v zgodnjem obdobju interneta – fluidni, začasni prostori eksperimentiranja z identiteto, neobveznega klepetanja in zabave. Spletne skupnosti, če začasno uporabimo ta termin za oznako številnih prostorov skupinskega računalniško posredovanega komuniciranja, so danes med drugim tudi prostor izmenjave izkušenj, znanja, socialne opore, nasvetov in druženja, so vir identitet, prijateljstva, šibkih in tesnih vezi – z drugimi besedami: postajajo pomemben vir premostitvenega in povezovalnega socialnega kapitala za posameznika (Best in

Krueger 2006; Blanchard in Horan 1998; Ellison in dr. 2007; Scott in Johnson 2005). Spletne skupnosti so ne nazadnje z ekonomskega vidika pomemben dejavnik privabljanja potencialnih potrošnikov in ohranjanja stikov z obstoječimi strankami ter grajenja lojalnosti in zaupanja do organizacij ter podjetij (Shang in dr. 2006).

Vsakega prostora, ki omogoča skupinsko komuniciranje na svetovnem spletu, še ne moremo označiti za spletno skupnost. Pri opredelitvi spletne skupnosti se hitro znajdemo v težavah, saj obstaja množica opredelitev, ki so bolj ali manj nepovezane s tistim, kar naj bi bila skupnost v klasičnem sociološkem smislu (npr. Tönnies 1999) za razliko od družbenih skupin ali agregatov. V zadnjem času opredelitve spletnih skupnosti¹ izpostavljajo merila, ki omogočajo, da določeno družbeno okolje na spletu opredelimo kot skupnost. Temeljne značilnosti spletnih skupnosti naj bi tako bile: skupni prostori, računalniško omrežje, socialno omrežje, zaupanje, skupne norme in občutek pripadnosti (Preece in Maloney - Krichmar 2003).

Namen prispevka je graditi na teh izhodiščih in predstaviti teoretični ter empirični vpogled v družbeno dinamiko spletnih skupnosti. Natančneje bodo predstavljena tri sidrišča družbene reprodukcije spletnih skupnosti, ki jih lahko z upravljaljskega vidika razumemo tudi kot merila uspešnosti spletnih skupnosti (Lin 2007). Predvidevamo, da so ta sidrišča – družbena kohezija, medsebojno zaupanje in participacija – v veliki meri rezultat ustreznih regulacijskih in identifikacijskih mehanizmov ter procesov, ki delno izhajajo iz odločitev upravljalca spletne skupnosti, delno pa iz družbene dinamike, vzpostavljene z različnimi oblikami komuniciranja in medosebnih interakcij med člani skupnosti. Ta teza je pomembna tudi s praktičnega vidika, saj je danes izjemno popularno, da odločevalci v različnih organizacijah in podjetjih postavljajo na svoja spletna mesta aplikacije za skupinsko komuniciranje, pri tem pa se pogosto zanemarljivo osnovne predpostavke družboslovne informatike, ki opozarjajo, da nepoznavanje družbene dinamike neke tehnologije lahko vodi v nezaželene posledice² tako za člane skupnosti kot tudi za organizacijo (Kling in dr. 2000). Upravljalci spletnih skupnosti lahko torej ta prispevek razumejo tudi kot niz splošnih usmeritev za vzpostavitvev in organizacijo spletnih prostorov za skupinsko komuniciranje na način, ki bi spodbujal kohezivno in zaupanja polno skupnost, ki zna reševati konflikte in se je sposobna ohranjati.

-
1. Najpogosteje se uporabljata izraza *virtualna skupnost* in *spletna skupnost*, pri čemer oba kažeta na prostore skupinskega komuniciranja na spletu, ki jim je uspelo razviti nekatere nadindividualne, »skupnostne« strukture. Za začetno obdobje interneta je značilen izraz *virtualna skupnost*, ko pa je postalo jasno, da te skupnosti le niso tako virtualne, temveč so tesno prepletene z drugimi družbenimi konteksti, tudi neposredovanimi, se je zanje začelo uporabljati druga poimenovanja, pri čemer je najpogostejše to, ki je uporabljeno tudi v tem članku – *spletne skupnosti*.
 2. Kot značilen primer lahko navedemo *Razpravno desko* kot prostor, ki je bil namenjen za skupinsko komuniciranje na spletnem mestu Fakultete za družbene vede. Ker ni imel jasno opredeljenega namena, uporabnikom se ni bilo treba registrirati in razprave niso bile moderirane, je bila komunikacijska dinamika polna nejasnosti in konfliktov. Ker je *Razpravna deska* povzročila tudi nekaj neprijetnih prikritih posledic za organizacijo, je bila po določenem času umaknjena s fakultetnega spletnega mesta.

Na osnovi teoretičnih razprav o spletnih skupnostih, ki ponujajo že obilico uveljavljenih teoretskih pojmov in njihovih operacionalnih opredelitev, bo tako ponujen pojasnjevalni model družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih, ki bo preverjen z multiplimi regresijskimi analizami na vzorcu 61 slovenskih spletnih forumov.

2 Spletni agregati in spletne skupnosti

Priča smo izjemnemu porastu zanimanja za prostore skupinskega komuniciranja na spletu tako v akademskih krogih kot tudi med širšo populacijo. To dinamiko gre najverjetneje pripisati izjemni popularnosti blogov, še posebej pa spletnih servisov za grajenje socialnih omrežij (angl. *social network sites*) tipa MySpace, Friendster, Facebook, Xing in LinkedIn (Ellison in dr. 2007). Ob porastu novih interaktivnih aplikacij ne smemo pozabiti na uveljavljene oblike skupinskega komuniciranja, ki se pojavljajo v različnih tipih spletnih forumov, saj so slednji v Sloveniji zaenkrat še najbolj razširjena oblika skupinskega komuniciranja prek spleta (RIS 2005). Kljub temu, da nekateri avtorji v omenjenih prostorih vidijo zgolj začasne agregate brez kakršnegakoli bistvenega družbenega pomena (npr. Galston 1999), ki se uporabljajo predvsem za individualne namene (npr. zabava, pretvarjanje, izživljanje, sproščanje frustracij), pa pregled sodobne literature pokaže, da je vztrajanje na tovrstnem stališču izjemno ozko in zajame le del družbenega delovanja ter realnosti v spletnih skupnostih. Raziskave in izčrpna dokumentacija aktivnosti v teh prostorih opozarjajo na zelo pomembne družbene vloge nekaterih spletnih skupnosti (Preece in Maloney - Krichmar 2003); uporabnikom namreč omogočajo dostop do znanja in izkušenj (Wang in Fesenmaier 2004), nudijo jim socialno oporo (Pfeil 2007), vire identitete in družbenih odnosov (Etzioni 2004; Preece in Maloney - Krichmar 2003) ter psihološko zadovoljstvo (Chan in dr. 2004). Čeprav obstaja možnost potencialnih zlorab in drugih škodljivih posledic, to ni razlog, da bi vse te prostore obravnavali kot problematične in/ali nepomembne. Kot bomo videli v nadaljevanju, se nekatere skupnosti z različnimi družbenimi, pravnimi, ekonomskimi in tehnološkimi mehanizmi uspešno borijo proti zlorabam in vzpostavljajo družbeno okolje, ki je prežeto z »zdravimi« odnosi, zaupanjem in pripadnostjo.

2.1 Merila »skupnostnosti«

Če se je v začetnem obdobju raziskovanja internetnih družbenih procesov in struktur vsako skupino, ki je imela dovolj dolgo »zgodovino« računalniško posredovanega komuniciranja, označilo za skupnost (Rheingold 1993), v kasnejših opredelitvah nastopajo elementi, ki jasneje opredeljujejo spletno skupnost in jo ločijo od vsakršnega spletnega skupinskega komunikacijskega prostora (npr. de Souza in Preece 2004). Wellman in Leighton (1979) sta že zelo zgodaj opozarjala, da so tudi fizične soseske lahko zgolj agregati, če ne vsebujejo nečesa, kar Jones (1997) imenuje »izkušnja skupnosti«. Podobno je tudi na spletu, saj obstoj prostora za skupinsko komuniciranje še ne pomeni, da ljudje, ki komunicirajo v tem prostoru, tvorijo skupnost. Neka organizacija ali podjetje lahko ponudi platformo za skupinsko komuniciranje svojim zaposlenim ali

potrošnikom, vendar zgolj tehnološka platforma še ni dovolj, da se razvijejo družbene strukture, ki neko skupino posameznikov povzdignejo v skupnost.

Za spletne skupnosti je obstoj vezivnega družbenega tkiva še posebej pomemben, saj so prostori komuniciranja na spletu izrazito pozno/tekoče moderne tvorbe (Bauman 2002). Vstop in delovanje v njih zahteva od posameznika relativno malo navora, izstop iz odnosov je lahko s pritiskom miškega gumba takojšen, prehajanje med različnimi prostori je tako enostavno in neobvezno kakor izbira med izdelki na trgovinski polici. Ker obstaja na spletu zelo veliko interakcijskih prostorov, ki omogočajo hitro in učinkovito zadovoljljtev posameznikovih želja in potreb, je za spletne skupnosti ključno oblikovanje mehanizmov, ki zagotavljajo, da se bo računalniško posredovana interakcija uspešno nadaljevala tudi v prihodnje.

V literaturi lahko kot enega izmed temeljnih sidrišč spletnih skupnosti najdemo pojem *občutek pripadnosti skupnosti* (angl. *sense of community*) (Blanchard in Markus 2004) in z njim povezan pojem *družbena kohezija* (Ferlander in Timms 1999). Občutek pripadnosti kot posameznikova izkušnja osebne vključenosti v sistem, tako da se počuti kot sestavni del tega sistema (Hagerty in dr. 1996), je tisto vezivno tkivo, zaradi katerega posamezniki ne jemljejo skupinskih prostorov le instrumentalno, temveč razvijejo čut odgovornosti in zavezanosti do drugih članov in skupine same. Občutek pripadnosti je pomemben, ker spodbuja lojalnost posameznika do skupnosti, zavezanost in zadovoljstvo (Blanchard in Markus 2004). Pojem občutka pripadnosti sta v socialni psihologiji razvila McMillan in Chavis (1986), s tem ko sta opredelila njegove štiri temeljne razsežnosti: a) identifikacijo, ki izvira iz zaznave meja skupnosti, skupnega simbolnega prostora in osebnega vlaganja v skupino; b) vplivnost, pri kateri gre za posameznikov občutek, ki izvira iz skupnih normativnih struktur in se nanaša na možnost vplivanja na druge ter njegovo pripravljenost, da drugi vplivajo nanj; c) integracijo, ki je občutek, da posameznika drugi spoštujejo in podpirajo, kakor tudi posameznikovo lastno spoštovanje in nudenje opore drugim; d) čustveno povezanost, ki izvira iz skupne zgodovine skupnosti, medosebnih odnosov in zavedanja skupne entitete. Blanchard in Markus (2004) sta v obsežnem pregledu študij spletnih skupnosti ugotovila, da številne dokazujejo prisotnost določenih, nekatere pa vseh razsežnosti občutka pripadnosti. Medtem ko se občutek pripadnosti nanaša na posameznega člana skupnosti, pa je na ravni skupnosti vzporeden pojem družbene kohezije, ki se nanaša na zavezanost članov skupnim normam in vrednotam, medsebojno povezanostjo članov, ki izvira iz skupnih interesov, ter identifikacijo članov s skupino (Mitchell v Ferlander in Timms 1999).

Nekateri avtorji (Best in Krueger 2006; Scott in Johnson 2005) v obravnavi spletnih skupnostih opozarjajo na neprijetne posledice, ki lahko izvirajo iz premočnega poudarka na občutku pripadnosti in družbeni koheziji. Menijo namreč, da lahko prevelika kohezija v skupini povzroča zaprtost, ki zavira rast premostitvenega socialnega kapitala (Putnam 2000; Best in Krueger 2006) in vodi v nastanek notranje kohezivnih, a navzven izoliranih skupin (Scott in Johnson 2005). Številne opredelitve spletnih skupnosti tako ne slonijo na obstoju krepkih vezi med člani (Best in Krueger 2006), temveč izpostavljajo zaupanje kot ključno vezivno tkivo, ki omogoča določeno mero reprodukcije spletnih skupnosti (Best in Krueger 2006; Preece in Maloney - Krichmar 2003). Če privzamemo

Fukuyamovo opredelitev (1995), potem je zaupanje pričakovanje članov skupnosti glede regularnega, poštenega in kooperativnega vedenja v tej skupnosti. Uspešne spletne skupnosti so tiste, ki jim uspe zgraditi dovolj visoko raven zaupanja med uporabniki, tako da lahko ti brezskrbno in učinkovito gradijo ter delijo skupnostne dosežke v obliki znanja, izpolnjujočih se medosebnih odnosov itd. Tovrstne skupnosti so uspešne zato, ker zaupanje spodbuja nadaljnjo participacijo obiskovalcev skupnosti, ki je na ravni vsakdanjega delovanja članov vidna v objavljanju sporočil, datotek z relevantnimi informacijami in povezav (Chan in dr. 2004). Ko člani skupnosti zmanjšajo intenziteto participacije, ko vedno manj uporabnikov pošilja sporočila v skupnost, takrat se začne krčiti družbena baza skupnosti, kar lahko vodi v njeno pešanje in propad. Vendar, kakor trdijo raziskave, dokler skupnosti uspe ohranjati visoko stopnjo integracije članov prek gojenja oziroma ohranjanja občutka pripadnosti in medsebojnega zaupanja, potem njeno preživetje ni vprašljivo. Kako pa lahko spletna skupnost ohranja prisotnost teh dveh vitalnih elementov?

3 Regulacija, ugled in identiteta

Občutek pripadnosti in zaupanje med člani skupnosti se ne razvijeta naključno, temveč sta rezultat procesov ustvarjanja identitet, skupnega simbolnega prostora, skupnih interesov in vrednot, zgrajenih normativnih struktur in regulacijskih mehanizmov ter mehanizmov za pridobivanje in ohranjanje ugleda (Blanchard in Markus 2004; Burnett in Bonnici 2003; Etzioni 2004). Računalniško posredovan prostor za skupinsko komuniciranje pridobi lastnosti skupnosti prek družbene dinamike, ki se odvija med člani skupnosti, kakor tudi prek odločitev upravljavcev skupnosti. Vsak prostor skupinskega komuniciranja ima namreč svojega ustanovitelja (zasebne ali javne organizacije, podjetja, člani), ki tudi določi upravljavca. Slednji je pri postavitvi in nastavitvah spletnega prostora za skupinsko komuniciranje postavljen pred številne dileme in z njimi povezane odločitve, ki zavedno ali nezavedno vplivajo na naravo družbene dinamike in izgradnjo morebitne skupnosti. Upravljavec ima tako med drugim možnosti, da določi: a) »odprtost« komunikacijskega prostora (kdo lahko bere in kdo lahko objavlja sporočila); b) pravila identifikacije (katere osebne podatke mora morebitni član objaviti, možnost izdelave osebnega profila, (ne)spodbujanje k objavi osebne fotografije); c) pravila delovanja in komuniciranja ter njihovo uveljavljanje (pristojnosti moderatorjev, izpostavljenost pravil, načini prijavljanja kršitev, opozarjanje udeležencev); č) oblike in načine komuniciranja (določitev javnih in zasebnih prostorov, različni kanali komuniciranja); d) mehanizme ugleda (možnost ocenjevanja prispevkov drugih članov, seznanja najbolj uglednih članov in največjih kršiteljev) in še številne druge možnosti, ki so odvisne tudi od tehnične platforme za skupinsko komuniciranje.

Vsi ti elementi lahko pomembno vplivajo na naravo spletnega komunikacijskega prostora, a za razvoj spletne skupnosti je, tako predvidevamo, najmanj enako pomembna družbena dinamika med člani skupnosti,³ ki vključuje normativne procese, strate-

3. Na dejstvo, da ima upravljavska strategija v primerjavi z interakcijskimi procesi med člani skupnosti omejen pozitiven vpliv na okrepitev družbene dinamike v spletnih skupnostih

gije predstavljanja sebstva, naravo interakcije ipd. V literaturi se kot glavni gradniki družbenih procesov, ki imajo za posledico družbeno kohezijo in zaupanje, omenjajo normativno-regulativne strukture in z njimi povezani mehanizmi ugleda ter identitetni procesi.

3.1 Norme in regulacija

Ena najbolj pogosto citiranih opredelitev spletnih skupnosti te opredeljuje kot »skupino ljudi, ki se organizira na spletu z določenim namenom in je vodena z normami ter pravili« (Preece v Preece in Maloney - Krichmar 2005: 2). Da norme in pravila nastopajo v opredelitvi skupnosti, ni presenetljivo, saj so upravljavci in uporabniki na osnovi številnih slabih izkušenj prišli do ugotovitve, da je treba svobodo individualnega delovanja deloma omejiti, saj je le tako zagotovljena svoboda delovanja vsem članom skupnosti. Dokumentirani so številni primeri, ko so skupnosti razpadle zaradi deviantnega vedenja peščice njenih članov (Joinson in Dietz - Uhler 2002) ali pa so zaradi zgrajenih normativnih mehanizmov deviantne člane uspešno sankcionirale in resocializirale (npr. Birchmeier in dr. 2005). S tem, ko člani skupnosti pridobijo mehanizem, skozi katerega prepoznajajo, kaj je v določenem kontekstu zaželeno in kaj ne, so lahko ravno norme vezivno tkivo, ki drži skupino skupaj in gradi zaupanje ter pripadnost (Burnett in Bonnici 2003; Petrovčič in Petrič 2005).

V spletnih skupnostih lahko ločimo formalne norme ali pravila in neformalne norme (Petrovčič in Petrič 2005). Prve se nanašajo na pravila, ki so zapisana v forumskih dokumentih (npr. statutu) in nedvoumno opredeljujejo namene ter pravila delovanja skupine. Ta pravila variirajo med skupnostmi, v splošnem pa se nanašajo na splošne norme kulturnega vedenja, avtorske pravice, pravno in kazensko odgovornost upravljavcev ter članov skupnosti, pa tudi pogoje za vključitev v skupnost. Neformalne norme so po drugi strani nepisana pravila delovanja, ki so družbeno konstruirana med interakcijo med člani skupnosti in so pogosto neizrečena in netematizirana (Postmes in dr. 1998). Če članom skupnosti ne uspe slediti formalnim, še bolj pa neformalnim normam, so deležni različnih sankcij, od bolj mehkih oblik (posmeh, ignoranca, opozorila) do strožjih (začasna ali trajna izločitev iz skupnosti). Nekateri avtorji (de Souza in dr. 2004) svetujejo, naj se formalna pravila oblikujejo v sodelovanju med upravljavcem/ustanoviteljem in člani skupnosti, saj imajo lahko formalna pravila, ki niso bila konsenzualno dorečena in sprejeta, za skupnost škodljive učinke. Neformalne norme, ki nastanejo med skupinsko dinamiko, se lahko prelijejo v formalno zapisana pravila in tovrstni regulativni mehanizmi ne le, da opredelijo meje dovoljenega vedenja v skupini,

– lahko pa ima izrazito negativne posledice, opozarja razvoj spletnega foruma Mobisux.com (<http://www.mobisux.com>). Mobisux.com je do avgusta 2007 z več kot 40.000 člani veljal za eno največjih slovenskih spletnih skupnosti. Sprememba lastništva in upravljavca v letu 2006, ki je prinesla nova moderatorska pravila, vsebinsko in organizacijsko prenavo, drugačno oglaševalsko strategijo in predvsem nadgradnjo tehnološkega vmesnika, je pri obstoječih članih najprej povzročila nezadovoljstvo, nato pa ogrozila nadaljnji razvoj foruma, saj so najbolj aktivni uporabniki samoiniciativno ustanovili nov spletni forum, imenovan Alter.si (<http://www.alter.si>), ki danes združuje prek 3.200 članov.

temveč tudi omogočajo grajenje močnejše skupinske identitete in zaupanja med člani (Burnett in Bonnici 2003; de Souza in Preece 2004).

Pravila se v skupnostih torej udejanjajo prek sankcioniranja odstopajočih delovanj s strani ostalih članov ali s strani moderatorjev⁴ (Preece in Maloney - Krichmar 2003). V zadnjem času se vedno bolj izpostavlja pomen pozitivnih sankcij, ki se udejanjajo prek t.i. mehanizmov ugleda (angl. *reputation systems*) (Chan in dr. 2004). Mehanizmi ugleda omogočajo članom, da so nagrajeni za delovanje, ki sledi formalnim ali neformalnim normam spletne skupnosti, in tako pridobivajo ugled ter prepoznavnost v skupnosti (Chan in dr. 2004). V sodobnih spletnih skupnostih se uporabljajo različni mehanizmi ugleda, kot so npr. nazivi, ocenjevanje prispevkov s strani uporabnikov, javno dostopna raven aktivnosti posameznika in sezname najbolj uglednih članov.

3.2 Identiteta in anonimnost

Za razumevanje vloge identitete v spletnih skupnostih je treba ločiti pojma *anonimnost* in *prepoznavnost*. Če so začetne obravnave anonimnosti izhajale iz izključujoče se delitve med fizičnim in kibernetiskim prostorom ter se navezovala na odsotnost kakršnihkoli povezav delovanja posameznika na internetu z njegovo osebno ali družbeno identiteto (npr. Turkle 1995), pa so sodobnejše razprave zvedle ta pojem na odsotnost istovetnosti posameznika po znakih, ki ga sicer identificirajo v fizičnem prostoru (ime in priimek, spol, starost, rasa, etnija ipd.) (Marx 1999). Prepoznavnost se po drugi strani nanaša na elemente osebne identitete, po katerih je posameznik prepoznaven drugim članom, čeprav ni nujno istoveten glede na svoje osebne podatke. Sodobne spletne platforme za komuniciranje in interakcijo omogočajo uporabniku izgradnjo javno dostopnega profila, v katerem mu običajno ni treba navajati osebnih podatkov, ampak svojo prepoznavnost določi s pomočjo t. i. avatarja, fotografije ali druge grafične predstavitve, imena ali nadimka, kraja bivanja, lahko pa tudi še seznama zanimanj, prijateljev, s podpisom, povezavo na blog ipd. Poleg tega se prepoznavnost nanaša tudi na družbeno identiteto, ki jo posameznik pridobi prek svojega delovanja v forumu, s pisanjem svojih sporočil in odzivanjem na trditve drugih članov. Posameznik se na ta način umesti v skupnost prek identitete, ki je sicer lahko anonimna, a nikakor ni začasna in nezavezujoča. Nekdo, ki je že dalj časa prisoten v neki skupnosti in je vložil čas in energijo v komuniciranje z drugimi člani skupnosti, ne more prekiniti svojega sodelovanja ali pa spremeniti svojega vedenja, ne da bi bil izpostavljen družbenemu pritisku s strani drugih članov. Ta pričakovanja, ki jih prinese s seboj zgodovina in prepoznavnost posameznikove spletne identitete, pomembno določajo način vstopanja v računalniško posredovano interakcijo v skupnosti. Po eni strani prepoznavnost kljub anonimnosti

4. Moderator skrbi za vsebino sporočil in tem ter vedenje uporabnikov v spletni skupnosti. Običajno ima možnost premikanja, preimenovanja, brisanja in zaklepanja tematskih niti (angl. *thread*), ki jih »moderira«, ter možnost spreminjanja sporočil (angl. *post*), če sporočilo ni napisano v skladu s pravili, ki veljajo v spletni skupnosti. V primeru hujših kršitev lahko moderator poskrbi tudi za tehnično izključitev člana iz skupnosti (angl. *ban*). Spletne skupnosti imajo v odvisnosti od svoje velikosti in vsebinskega profila lahko enega ali več moderatorjev.

omogoča članu avtonomno delovanje v spletni skupnosti, v kateri se ga drugi zavedajo (de Souza in dr. 2004), po drugi strani pa se poveča odgovornost delovanja zaradi občutljivosti na kršenje norm. Na ta način se v spletni skupnosti prek prepoznavnosti krepita tako občutek pripadnosti kakor tudi zaupanje. Z drugimi besedami, ko brezoblični nadimki dobijo podobe in obraz, postanejo prepoznani in znani drugim, s tem pa člani skupnosti do teh oseb dobijo občutek povezanosti in vzajemne obvezanosti (Blanchard in Markus 2004).

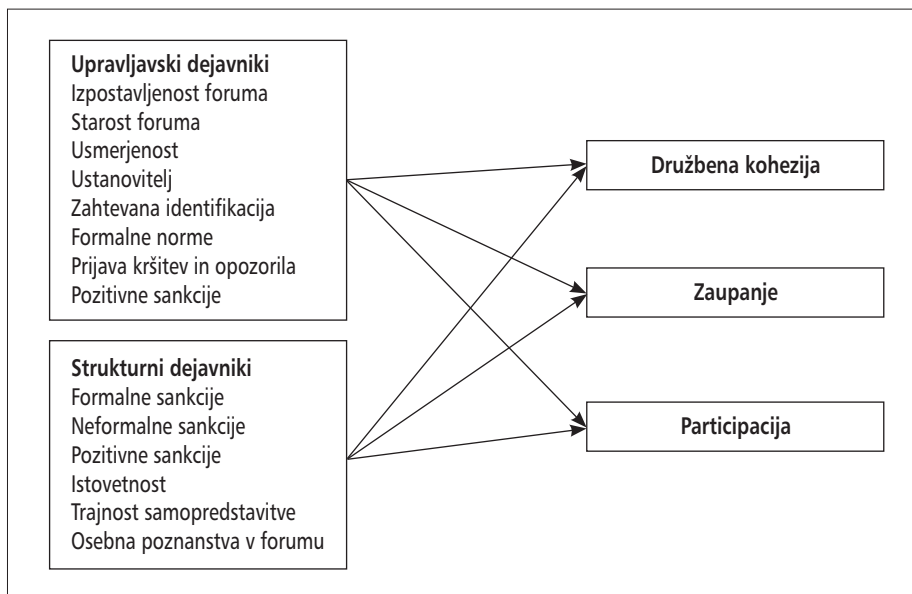
Ne nazadnje, v razpravi o identiteti in anonimnosti se je treba nasloniti še na en mit, ki je v dobršni meri preveval zgodnje razprave o skupinskih oblikah komuniciranja na internetu in »življenju na mreži« (Oblak 2000). Spletnim skupnostim se je namreč pogosto pripisovalo specifične lastnosti na račun njihove umeščenosti v kibernetski prostor in ločenosti od fizičnih prostorov. Zadnje študije pa kažejo ravno nasprotno, da družbenega delovanja v spletnih skupnostih ni mogoče ločiti od neposredovanih družbenih kontekstov (Ellison in dr. 2007; Lin 2007), saj je to delovanje tesno prežeto z družbeno realnostjo in odnosi izven računalniško posredovanega prostora. Prehajanje med kibernetskim prostorom in drugimi prostori ali komunikacijskimi kanali je dvojno: skupnost spodbuja srečevanja in komuniciranje med njenimi člani tudi v fizičnem svetu ali prek drugih kanalov (e-pošta, instant messenger, zasebna sporočila, Skype, mobilni in stacionarni telefon) ali pa spletna skupnost nastane na osnovi obstoječih odnosov med (nekaterimi) člani skupnosti. Na ta način se potencialni problemi anonimnosti še zmanjšajo.

4 Empirični vpogled v strukturne in upravljske dejavnike slovenskih spletnih forumov

4.1 Raziskovalni okvir

Empirično bomo preverjali tezo, ki jo lahko izluščimo iz zgoraj predstavljene teoretske razprave: *spletne skupnosti z zgrajenimi regulacijskimi mehanizmi, formalno in neformalno normativno strukturo, identifikacijskimi mehanizmi in prepoznavnimi člani bodo izkazovale večje medsebojno zaupanje med člani, višjo družbeno kohezijo in bolj intenzivno participacijo svojih članov*. Tezo preverjamo v sklopu celovitega preverjanja vpliva upravljaljskih in strukturnih dejavnikov na tri sidrišča spletnih skupnosti, ki je predstavljeno v spodnjem modelu (glej Sliko 1).

Slika 1: Pojasnjevalni model družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih z upravljavskimi in strukturnimi dejavniki.



4.2 Enota analize

Raziskava se osredotoča na spletne forume, ki jih je mogoče opredeliti kot spletne prostore skupinskega sinhronega in asinhronega komuniciranja, ki omogočajo javno in zasebno razpravo med člani, pri čemer je javna razprava vedno dostopna in predstavlja skupno zgodovino foruma. Obstajajo številne aplikacije za izgradnjo spletnih forumov (npr. phpBB, IP.Board, UBB.Threads, miniBB, vBulletin, SMF), ki pa so si podobne v zgoraj naštetih elementih in v tem, da omogočajo ustanovitelju/upravljavcu odločanje pri določanju številnih elementov, ki imajo specifične posledice za razvoj dinamike družbenih procesov v forumu.⁵

Spletni forumi so med slovenskimi uporabniki interneta izjemno priljubljeni, saj je denimo spomladi 2005 slaba polovica (49,8 %) rednih slovenskih uporabnikov interneta tovrstne forume že obiskala, medtem ko 61,2 % vsaj mesečnih uporabnikov spletnih forumov v njih vsaj mesečno tudi aktivno sodeluje s pisanjem sporočil (RIS 2005). Za razumevanje spletnih skupnosti na slovenskem delu interneta se tako zdi analiza tovrstnih spletnih prostorov za skupinsko komuniciranje relevantna. Osnovna enota analize so torej slovenski spletni forumi, pri čemer je bilo za merjenje nekaterih pojmov treba določiti tudi enote na drugi ravni, in sicer uporabnike spletnih forumov.

5. Analitična razprava o posledicah je predstavljena v uvodnem delu tretjega poglavja pričujočega besedila.

4.3 Vzorec in zbiranje podatkov

Preden opišemo način zbiranja podatkov, je treba pojasniti, da pojmi oziroma teoretske spremenljivke, ki nastopajo v hipotezah, odsevajo dve vrsti pojavov glede na njihov način obstoja. Prvo skupino sestavljajo *upravljavski dejavniki*, ki se nanašajo na objektivne lastnosti foruma in so običajno tesno povezani z odločitvami ustanovitelja/upravljavca. Drugo skupino pa tvorijo *strukturni koncepti*, ki se nanašajo na družbene strukture foruma in izhajajo iz interakcijske dinamike med člani skupnosti. Zaradi tega sta bila potrebna dva načina zbiranja podatkov, in sicer smo podatke za upravljavske dejavnike zbrali s kodiranjem objektivnih lastnosti, strukturni dejavniki pa so bili merjeni z uporabo spletnega vprašalnika, tako da so bile vrednosti odgovorov uporabnikov spletnih forumov v statističnih analizah agregirane na raven forumov.

Priložnostni vzorec spletnih forumov je bil določen na dva načina. Najpogosteje obiskani slovenski forumi so bili izbrani glede na reprezentativne podatke o obiskanosti slovenskih spletnih strani (MOSS 2007), še nekaj dodatnih forumov pa smo izbrali prek iskanja ključne besede »forum« v slovenskem spletnem iskalniku Najdi.si. Končni nabor je vključeval 84 spletnih forumov, za katere smo upravičeno predvidevali, da so najbolj obiskani slovenski spletni forumi. Na naslove administratorjev in urednikov teh forumov smo poslali e-pošto s prošnjo za objavo hipertekstovne povezave na spletni vprašalnik. Na prošnjo so se odzvali administratorji in/ali uredniki 69 forumov. Na anketo, ki je bila objavljena od julija do oktobra 2006, je nato v celoti odgovorilo 2.142 uporabnikov spletnih forumov. V analizo smo vključili samo tiste forume, katerih število anketirancev je bilo vsaj 15, tako da je bilo v končno analizo vključenih 61 forumov. Na teh 61 forumih smo nato izvedli še kodiranje upravljavskih dejavnikov.

4.4 Operacionalizacija pojmov

4.4.1 Družbena kohezija, zaupanje in participacija

Družbena kohezija je merjena prek občutka pripadnosti virtualni skupnosti (glej Tabela 1), ki sta ga Blanchard in Markus (2004) prilagodila posebnostim spletnih komunikacijskih prostorov na osnovi starejšega pojmovanja pripadnosti skupnosti iz socialne psihologije (McMillan in Chavis 1986). Pri aplikaciji omenjene operacionalne opredelitve smo izhajali iz pristopa, ki družbeno kohezijo opredeljuje na ravni vsakdanjega življenja (Filipović 2005). Na tej ravni je družbena kohezija obravnavana predvsem kot solidarnost in kolektivna identiteta (Novak 2001),⁶ za katero je bistven občutek enosti s skupino, pri čemer so ta občutenja zasidrana v skupnih aktivnostih in izkustvu, ki si ga člani skupine oz. skupnosti med seboj delijo. Po preverjanju zanesljivosti merskega

6. Nasprotno pa sistemski pristop (kamor sodita tudi teorija družbene kakovosti in evropski/politični pristop) obravnava družbeno kohezijo širše in jo povezuje tudi z državljanstvom, družbeno vključenostjo, »politično« enakostjo, državo blaginje ipd. (več glej v Filipović 2005).

instrumenta s faktorско analizo⁷ smo zato iz nadaljnje analize izločili indikatorje, ki so imeli nizko utež na prvem faktorju.⁸

Tabela 1: Indikatorji družbene kohezije, zaupanja ter zaznave formalnih, neformalnih in pozitivnih sankcij v spletnem forumu.

Indikatorji	Povprečje	Std. odk.	Faktorska utež
<i>Družbena kohezija</i>			
Člani foruma si delimo podobna prepričanja in vrednote.	2,92	1,11	0,56
Ne zanima me, kaj si drugi člani foruma mislijo o meni. #	2,98	1,05	0,38
Če pride v forumu do problemov, se vsi trudimo, da jih odpravimo.	3,08	1,06	0,70
Skoraj nobenega vpliva nimam na potek razprav v forumu. #	3,19	1,05	0,42
Člani foruma se dobro razumemo.	3,36	0,86	0,85
Delež pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	39 % (0,73)		
<i>Zaupanje</i>			
V forumu se objavljajo zanesljive informacije.	4,15	0,77	0,77
V forumu si sodelujoči pomagajo z nasveti.	4,14	0,74	0,81
V forumu se večina sodelujočih pretvarja. #	3,43	0,87	0,46
Forum služi uporabnikom, da izživljajo svoje frustracije nad drugimi. #	3,63	1,06	0,54
Delež pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	45 % (0,83)		
<i>Zaznava formalnih sankcij</i>			
V forumu imajo določeni člani pravico, da popravijo ali izbrišejo sporočila drugih.	3,45	1,61	0,43
V forumu so moderatorji, ki kaznujejo ali izločajo uporabnike, ki se ne držijo pravil.	3,93	1,28	0,78
Delež pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	29 % (0,51)		
<i>Zaznava neformalnih sankcij</i>			
Člani foruma opozarjajo druge udeležence na neprimerno vedenje in izražanje.	4,08	1,00	0,41
V forumu se je treba držati določenih nenapisanih pravil.	3,60	1,19	0,61
Člani foruma ignorirajo sporočila, ki odstopajo od »forumskega bontona«.	2,62	1,10	0,40
Delež pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	14 % (0,65)		

7. Za izračun faktorjskih uteži (tudi pri naslednjih merskih instrumentih) je bila uporabljena metoda glavnih osi (angl. *principal axis factoring*) s poševnokotno (angl. *oblimin*) rotacijo.

8. Izkazalo se je, da so ti indikatorji merili čustveno razsežnost pripadnosti skupnosti, kar za naš raziskovalni problem ni tako relevantno, saj številni avtorji opozarjajo na škodljive posledice pretežno čustvenega dela pripadnosti za posameznika in skupino (Best in Krueger 2006; Scott in Johnson 2005).

<i>Zaznava pozitivnih sankcij</i>			
S primernim vedenjem se da v forumu doseči status pomembnega člana.	3,17	1,31	0,54
Člani foruma spodbujajo k pisanju sporočil, ki so koristna za cel forum.	3,67	1,12	0,52
Če v forumu nekdo piše preudarno, ga ostali člani spoštujejo.	3,54	1,17	0,63
Delež pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	12 % (0,68)		

Opomba: Respondenti so strinjanje s trditvami, ki so merile družbeno kohezijo, zaupanje in zaznavo sankcij v spletnemu forumu, ocenili na petstopenjski lestvici, kjer 1 pomeni »sploh ne drži«, 5 pa »zelo drži«. Pri trditvah, ki so merile zaznavo formalnih, neformalnih in pozitivnih sankcij, je lestvica vsebovala tudi odgovor »ne vem« (vrednost 9), ki je bil v analizah rekodiran v vrednost 1 »sploh ne drži«, saj je bila z vsebinskega vidika odsotnost izoblikovanega stališča o prisotnosti različnih oblik sankcij interpretirana kot odsotnost zaznave formalnih, neformalnih in pozitivnih sankcij v spletnih forumih. Zapisane so samo faktorske uteži z vrednostjo, večjo od 0,4. Indikatorji označeni z #, imajo obrnjeno mersko lestvico.

Merski instrument za *zaupanje*, predstavljen v Tabeli 1, je bil zgrajen na osnovi opredelitve, ki govori o zaupanju kot pričakovanju kooperativnega in poštenega vedenja članov skupnosti (Fukuyama 1995). Merski instrument, ki smo ga prilagodili za spletne skupnosti, se izkaže za dovolj zanesljivega, tako da smo lahko indikatorje sešteli v skupni indeks zaupanja.

Participacija v spletnem forumu je bila merjena prek vprašanja »Kako pogosto pišete sporočila v ta forum?«, pri čemer je povprečna vrednost na vseh respondentih 4,32, standardni odklon pa 1,41, kar kaže na to, da imamo v vzorcu pretežno aktivne udeležence spletnih forumov, ki v povprečju objavljajo sporočila približno enkrat tedensko.⁹ Ko so bile vrednosti spremenljivke združene na raven forumov, je postala porazdelitev nekoliko manj razpršena, saj se je povprečna vrednost povečala na 4,48, standardni odklon pa zmanjšal na 0,74.

4.4.2 Strukturni dejavniki

Normativna struktura

Merski instrument je bil zgrajen z namenom izmeriti obstoj formalnih in neformalnih norm v spletnem forumu, pri čemer so bile norme merjene posredno prek zaznave obstoja sankcij, ki nezaželeno delovanja obsodijo ali kaznujejo, v primeru pozitivnih sankcij pa je posameznik za svoje delovanje nagrajen. Tako smo merili tri razsežnosti (glej Tabela 1): zaznavo formalnih sankcij, zaznavo neformalnih sankcij in zaznavo pozitivnih sankcij.

Faktorska analiza je potrdila diskriminantno in kovergentno veljavnost konstrukta, saj so se uporabljeni indikatorji osrediščili okrog treh razsežnosti, ki ustrezajo tistim, ki jih predvideva teorija. Čeprav so zanesljivosti merskih instrumentov na meji sprejemljivosti, jih kljub temu uporabljamo v nadaljnji obravnavi, saj so nižje vrednosti koeficienta zanesljivosti tudi posledica majhnega števila indikatorjev po posameznih razsežnostih merskega konstrukta (DeVellis 1991).

9. Respondenti so pogostost svoje participacije v spletnih forumih ocenili na šeststopenjski lestvici, kjer 1 pomeni »manj kot enkrat na leto«, 2 »nekajkrat na leto«, 3 »nekajkrat na mesec«, 4 »največ enkrat na teden«, 5 »večkrat na teden«, 6 pa »vsak dan«.

Istovetnost, prepoznavnost in trajnost samopredstavitve

Istovetnost članov foruma je bila merjena kot nasprotje anonimnosti (Marx 1999). Respondenti so namreč poročali o tem (glej Tabelo 2), ali pri komuniciranju v spletnih forumih uporabljajo svoje resnično ime, vzdevek, ki ga uporabljajo tudi v vsakdanjem življenju, avatar z osebno fotografijo, podpis, ki vključuje njihovo e-pošto ali povezavo na blog, ter resnične podatke v profilu. *Prepoznavnost* članov foruma je merjena kot uporaba elementov, ki omogočajo drugim članom, da posameznika prepoznavajo kot osebo z identiteto, pri čemer pa oseba ni istovetna resnični osebi. Iz rezultatov, predstavljenih v Tabeli 2, lahko ugotovimo, da pri delovanju v spletnih forumih 45,8 % respondentov ne uporablja vzdevek, ki bi spominjal na njihovo ime, priimek ali prostor, kjer bivajo, medtem kot več kot polovica (56 %) respondentov uporablja avatar.

Tabela 2: Indikatorji istovetnosti, prepoznavnosti in trajnosti samopredstavitve v spletnem forumu.

<i>Istovetnost in prepoznavnost: Udeleženec podaja ...</i>	Delež
svoje resnično osebno ime	32,9
vzdevek, ki ga uporablja tudi v vsakdanjem življenju	38,1
avatar s svojo osebno fotografijo	8,2
podpis, ki vključuje e-pošto ali povezavo na blog	14,6
resnične osebne podatke v profilu	53,5
vzdevek, ki ne spominja na ime, priimek ali prostor, kjer oseba živi #	45,8
avatar	56,0
podpis z razpoznavnim grafičnim ali besedilnim motivom	32,4
<i>Trajnost samopredstavitve: Udeleženec je spremenil ...</i>	
svoj vzdevek	22,3
svoj avatar	37,1
podatke v osebnem profilu	27,3
podpis z razpoznavnim grafičnim ali besedilnim motivom	26,3

Opomba: Respondenti so na vprašanja o prepoznavnosti v spletnem forumu odgovarjali z »da« (1) ali »ne« (0). Indikator označen z #, ima obrnjeno mersko lestvico.

Respondenti so strinjanje s trditvami, ki so merile trajnost njihove identitete v forumih, ocenili na tristopenjski lestvici, kjer 1 pomeni »ne«, 2 »da«, 3 pa »da, večkrat«, pri čemer sta bili v nadaljnjih analizah vrednosti 2 »da« in 3 »da, večkrat« rekodirani v vrednost 0.

Trajnost samopredstavitve

Trajnost samopredstavitve člana foruma je merjena kot nespremenljivost podatkov v osebni profilu v času posameznikovega članstva v forumu. V Tabeli 2 so predstavljeni deleži respondentov, ki so, odkar sodelujejo v spletnih forumih, že spremenili svoj vzdevek, avatar, osebni profil ali podpis. Največji delež (37,1 %) respondentov je že spremenil svoj avatar, manj kot četrtina (22,3 %) pa svoj vzdevek.

Osebna poznanstva v forumu

Z vprašanjem »Približno koliko članov foruma poznate tudi osebno?«¹⁰ smo želeli izmeriti, v kolikšni meri je interakcija v forumu izključno računalniško posredovana oziroma v kolikšni meri se dopolnjuje z interakcijo v neposredovanih družbenih kontekstih. Povprečje odgovora je bilo 1,81, standardni odklon pa 0,89.

Iz vseh zgoraj navedenih merskih instrumentov smo oblikovali indekse, ki predstavljajo vsote vrednosti zanesljivih indikatorjev. Spremenljivke, ki so bile uporabljene v nadaljnji analizi na ravni forumov, so bile izračunane kot povprečja indeksov vseh anketirancev za vsak forum posebej. Na ta način pridemo do naslednje porazdelitve spremenljivk na ravni forumov, ki je predstavljena v Tabeli 3.

Tabela 3: Povprečja in standardni odkloni odvisnih spremenljivk in neodvisnih strukturnih spremenljivk na ravni forumov.

	Povprečje	St. odk.	Minimum	Maksimum	Lestvica
<i>Odvisne spremenljivke</i>					
Družbena kohezija	3,3	0,5	2,3	4,4	1–5
Zaupanje med člani foruma	3,5	0,6	2,4	4,6	1–5
Participacija članov v forumu	3,5	0,7	1,0	4,5	1–5
<i>Neodvisne spremenljivke</i>					
Zaznane formalne sankcije	3,0	0,5	2,3	3,6	1–5
Zaznane neformalne sankcije	3,8	0,6	2,4	4,7	1–5
Zaznane pozitivne sankcije	3,5	0,4	2,6	4,1	1–5
Istovetnost članov	2,6	0,8	1,0	4,4	0–5
Prepoznavnost članov	1,5	0,5	0,3	2,2	0–3
Trajnost samopredstavitve	1,4	0,8	0,2	2,1	0–4
Osebna poznanstva v forumu	1,9	0,4	1,1	2,8	1–5

Opomba: $n = 61$.

Na osnovi agregiranih vrednosti neodvisnih in odvisnih spremenljivk lahko ugotovimo, da so slovenski spletni forumi zelo dinamična družbena okolja z dokaj razvitimi normativnimi in identifikacijskimi strukturami, pa tudi z elementi zaupanja (3,5) in kohezije (3,3), ključnimi za razvoj družbene integracije in reprodukcije skupnosti. V spletnih forumih je namreč v povprečju mogoče opaziti visoko stopnjo zaznave normativnih struktur, in sicer tako formalnih (3,0) kot neformalnih (3,8), ter nadpovprečno prisotnost družbene kohezije in zaupanja. Omenjena dejstva nakazujejo, da se v slovenskih spletnih forumih v interakcijske in komunikacijske procese vključujejo med seboj poznani in prepoznavni člani.

10. Respondenti so lahko delež članov foruma, ki jih poznajo tudi v *offline* življenju, ocenili s pomočjo petstopenjske lestvice, kjer vrednost 1 pomeni »nikogar«, 2 »manjšino aktivno sodelujočih«, 3 »približno polovico«, 4 »večino aktivno sodelujočih«, 5 pa »vse aktivno sodelujočec«.

4.4.3 Upravljavski dejavniki

Vrednosti spremenljivk, ki ustrezajo posameznim dejavnikom, so bile pridobljene glede na prisotnost/odsotnost elementov, razvidnih iz procesov in informacij, ki jih je moč opazovati v forumih. Spremenljivka *formalne norme* je tako seštevek naslednjih indikatorjev: a) obstoja pravil pri registraciji; b) obstoja posebej objavljenih pravil na neizpostavljenem mestu in c) obstoja posebej objavljenih pravil na izpostavljenem mestu. *Regulacija* je sestavljena iz dveh razsežnosti, pri čemer je prva razsežnost (*prijava kršitev in opozorila*) seštevek dveh indikatorjev: a) možnosti prijave kršenja norm moderatorju in b) možnosti javno dodeljenih opozoril uporabniku, druga razsežnost (*pozitivne sankcije*) pa je seštevek naslednjih dveh indikatorjev: a) možnosti dodeljevanja »zvezdic« kakovostnim sporočilom in b) obstoja seznama najbolj uglednih članov.

Identifikacija prav tako vsebuje dve razsežnosti, vendar smo v analizi uporabili le eno.¹¹ Upoštevali smo razsežnost *zahtevana identifikacija*, ki je seštevek naslednjih dveh indikatorjev: a) obstoja poziva k objavi pravega imena in b) obstoja poziva k objavi drugih osebnih podatkov.

Poleg tega so bile v analizo vključene še nekatere druge spremenljivke, ki so pomembne kot kontrolne spremenljivke v pojasnjevanju treh odvisnih spremenljivk.¹²

Vrednosti spremenljivk za posamezne forume so bile določene z opazovanjem in kodiranjem objektivnih lastnosti foruma, ki jih je mogoče enostavno razbrati, saj so javno dostopne registriranim uporabnikom. Forume sta neodvisno kodirala dva študenta in avtorja prispevka. Po razpravi o redkih neujemanjih je bila v vseh primerih dosežena 100 % medkoderska zanesljivost.

11. Izkaže se, da je razsežnost *mehanizmi prepoznavnosti* na vzorcu slovenskih spletnih forumov konstanta, saj vsi forumi omogočajo uporabnikom izdelavo osebne profila in objavo svojega avatarja.

12. Spremenljivka *usmerjenost foruma* je sestavljena iz dveh vrednosti: 0 – splošni, družabni forum; 1 – specifični, interesni, profesionalni forum. Spremenljivka *ustanovitelj* ima prav tako dve vrednosti: 0 – organizacija ali podjetje; 1 – samoiniciativno s strani članov. Spremenljivka *izpostavljenost* meri priljubljenost spletnega mesta, ki gosti forum, in je izračunana po podatkih podjetja Alexa the Web Information Company (<http://www.alexacom/>). *Starost* foruma je izračunana kot število let od ustanovitve spletnega foruma do časa raziskave.

Tabela 4: Povprečne vrednosti in standardni odkloni upravljaljskih spremenljivk.

Upravljaljske spremenljivke	Povprečje	St. odk.	Minimum	Maksimum
Formalne norme	2,19	0,94	0	3
Prijava kršitev in opozorila	0,58	0,85	0	2
Pozitivne sankcije	0,46	0,65	0	2
Zahtevana identifikacija	0,50	0,74	0	2
Usmerjenost foruma #	0,56	0,50	0	1
Ustanovitelj #	0,48	0,50	0	1
Izpostavljenost	857	1446	5	8579
Starost foruma	3,9	1,82	1	9

Opomba: # povprečje predstavlja delež spletnih forumov z vrednostjo 1. $n = 61$.

Na vzorcu slovenskih spletnih forumov se izkaže (glej Tabela 4), da ustanovitelji oziroma upravljalci skrbijo za to, da so uporabniki seznanjeni s pravili komuniciranja in delovanja v prostoru, v katerega so se včlanili. Vsi spletni forumi, zajeti v vzorcu, namreč zahtevajo, da se uporabnik, ki želi pisati sporočila, registrira, medtem ko lahko sporočila berejo vsi, tudi neregistrirani uporabniki. Povprečna vrednost spremenljivke *formalne norme* kaže na to, da so s pravili foruma uporabniki seznanjeni ob registraciji, prav tako pa so ta objavljena na dovolj izpostavljenih mestih v forumu (na prvi strani ali pa v okviru posameznih tem). Elementi regulacije so manj prisotni, saj se v forumih izkoriščajo precej podpovprečno. Podobno je zahtevano identifikacijo, saj večina forumov od posameznika ne zahteva pravega imena ali pravih osebnih podatkov. Nadalje rezultati kažejo, da je v vzorcu 56 % forumov, ki so usmerjeni interesno, polprofesionalno ali profesionalno, medtem ko je približno polovica (48 %) forumov ustanovljenih s strani organizacije ali podjetja, druga polovica (52 %) pa s strani članov samih. Porazdelitev vrednosti spremenljivke *izpostavljenost*, ki meri obiskanost spletnega mesta, na katerem je forum, je zelo razpršena, saj so nekateri forumi zelo izpostavljeni, precej forumov pa je izpostavljenih manj. Forumi so v povprečju stari približno štiri leta, pri čemer je najstarejši forum iz vzorca na spletu prisoten že devet let, medtem ko je najmlajši star le leto dni.

5 Pojasnjevanje družbene kohezije, zaupanja in participacije

Za preverjanje hipotez o vplivu strukturnih in upravljaljskih dejavnikov na družbeno kohezijo, zaupanje in participacijo v spletnih forumih so bile uporabljene tri ločene multiple regresijske analize za vsako odvisno spremenljivko posebej. Multipla regresijska analiza je ustrezna metoda za analizo vpliva ene ali več neodvisnih spremenljivk na eno odvisno spremenljivko v primeru, ko je odvisna spremenljivka vsaj intervalna, neodvisne spremenljivke pa so nominalne, ordinalne ali intervalne (Dillon in Goldstein 1984). Ker nas je v okviru raziskovalnega vprašanja zanimala predvsem velikost/pomembnost vpliva neodvisnih spremenljivk na tri odvisne spremenljivke, so v Tabeli 5 predstavljene vrednosti standardiziranih regresijskih koeficientov in njihove statistične značilnosti.

Tabela 5: Rezultati regresijskih analiz s pripadajočimi ocenami standardiziranih regresijskih koeficientov, v katerih so družbena kohezija, zaupanje in participacija pojasnjeni s strukturnimi in upravljavskimi dejavniki spletnih forumov.

	Družbena kohezija			Zaupanje			Participacija		
	beta	t	p	beta	t	p	beta	t	p
Strukturni dejavniki									
Formalne sankcije	0,03	0,21	0,83	-0,09	0,69	0,49	0,01	0,09	0,93
Neformalne sankcije	0,15	1,42	0,16	0,29	1,93	0,06	0,34	2,74	0,01
Pozitivne sankcije	0,37	2,79	0,01	0,49	3,46	0,00	0,14	1,34	0,18
Istovetnost	0,34	2,70	0,01	0,29	1,97	0,05	-0,11	1,12	0,27
Prepoznavnost	0,08	0,46	0,65	-0,13	1,36	0,18	0,33	2,35	0,02
Trajnost samopredstavitve	0,17	1,50	0,14	0,39	2,81	0,01	-0,05	0,28	0,78
Osebna poznanstva v forumu	0,28	1,89	0,06	0,13	1,39	0,17	0,27	1,87	0,07
Upravljavski dejavniki									
Izpostavljenost foruma	-0,09	0,86	0,39	0,01	0,07	0,94	-0,11	0,98	0,33
Starost foruma	0,01	0,04	0,97	0,03	0,22	0,83	-0,14	1,22	0,23
Usmerjenost	0,07	0,45	0,65	0,19	1,52	0,14	0,02	0,14	0,89
Ustanovitelj	0,23	1,72	0,09	0,24	1,73	0,09	0,03	0,18	0,86
Zahtevana identifikacija	-0,02	0,06	0,95	-0,07	0,79	0,43	-0,13	1,39	0,17
Formalne norme	-0,24	1,79	0,08	-0,10	0,91	0,37	-0,03	0,24	0,81
Prijava kršitev in opozorila	-0,05	0,37	0,72	-0,01	0,07	0,94	0,05	0,35	0,73
Pozitivne sankcije	0,03	0,15	0,88	0,02	0,14	0,89	0,06	0,38	0,71
Kontrolne spremenljivke									
Starost članov	0,08	0,60	0,55	0,15	1,37	0,18	-0,01	0,03	0,98
Izobrazba članov	-0,03	0,18	0,85	-0,04	0,31	0,76	-0,07	0,43	0,67
Delež moških članov	-0,22	1,69	0,10	-0,25	1,89	0,06	-0,06	0,47	0,64
sig. (F)		***			***			***	
R2		0,49			0,52			0,41	

Opomba: *** $p < 0,01$. $n = 61$.

Na stopnjo družbe kohezije v forumu v največji meri pozitivno vplivajo izvajanje pozitivnih sankcij v forumu ($\beta = 0,37$, $p = 0,01$), istovetnost članov foruma ($\beta = 0,34$, $p = 0,01$) in osebna poznanstva med člani ($\beta = 0,28$, $p = 0,06$).¹³ Med upravljavskimi spremenljivkami ima način ustanovitve foruma pozitiven učinek na družbeno kohezijo, saj obstaja večja verjetnost, da bodo člansko ustanovljeni forumi bolj kohezivni

13. V raziskavi obravnavamo kot statistično značilne tiste standardizirane regresijske koeficiente, katerih statistične značilnosti so manjše od 0,10, kar se zdi upravičena odločitev glede na velikost vzorca. Vsekakor pa je treba interpretacijo koeficientov s statistično značilnostjo med 0,05 in 0,10 jemati informativno, in ne konkluzivno.

(beta = 0,23, p = 0,09) kot pa forumi, ki so bili ustanovljeni s strani podjetja ali druge javne oziroma zasebne organizacije. Na družbeno kohezijo v forumu imajo negativen učinek preveč izpostavljenih pravila delovanja v forumu (beta = -0,24, p = 0,08). Kažeta se tudi šibka pozitivna učinka zaznave neformalnih sankcij (beta = 0,15, p = 0,16) in trajnosti samopredstavitev članov foruma (beta = 0,17, p = 0,14) na družbeno kohezijo, vendar slednja nista statistično značilna. Med kontrolnimi spremenljivkami ima pri nemajhnem tveganju (10 %) statistično značilen vpliv na družbeno kohezijo samo spolna struktura foruma (beta = -0,22, p = 0,10). Ocene regresijskih koeficientov govorijo v prid dejstvu, da se s povečevanjem deleža moških članov znižuje družbena kohezija v forumih, medtem ko starost in izobrazba članov ne vplivata na njeno prisotnost oziroma odsotnost.

Kot pri družbeni koheziji je tudi pri medsebojnem zaupanju med člani foruma prisoten statistično značilen pozitiven vpliv zaznave neformalnih negativnih sankcij (beta = 0,29, p = 0,06), še bolj pa neformalnih pozitivnih sankcij (beta = 0,49, p < 0,01). Na vzpostavitev in ohranjanje zaupanja v forumih imajo srednje močen pozitiven vpliv tudi izgrajene identitetne strukture: bolj kot so člani foruma istovetni (beta = 0,29, p = 0,05) in bolj kot so njihove samopredstavitve konsistentne (beta = 0,39, p = 0,01), večje bo medsebojno zaupanje med njimi. Podobno kot v primeru družbene kohezije ima pozitiven vpliv tudi samoiniciativna ustanovitev foruma s strani članov (beta = 0,24, p = 0,09), medtem ko ima osebno poznanstvo med člani foruma šibek, a statistično neznačilen vpliv (beta = 0,13, p = 0,17). Podobno šibek in neznačilen vpliv je mogoče opaziti tudi v primeru usmerjenosti foruma (beta = 0,19, p = 0,11) in prepoznavnosti članov foruma (beta = -0,13, p = 0,18). Na tem mestu je treba opozoriti, da se kaže negativen vpliv prepoznavnosti, kar pomeni, da prepoznavnost članov foruma (brez njihove istovetnosti) znižuje medsebojno zaupanje. Med kontrolnimi spremenljivkami se kaže šibek vpliv spolne strukture (beta = -0,25, p = 0,06) in starosti članov foruma (beta = 0,15, p = 0,18), pri čemer je slednji neznačilen.

Participacija članov v forumu je v največji meri odvisna od zaznave neformalnih (vendar le negativnih) sankcij (beta = 0,34, p = 0,01), prepoznavnosti sicer anonimnih članov (beta = 0,33, p = 0,02) in osebnih poznanstev med člani foruma (beta = 0,27, p = 0,07). Upravljalvske odločitve nimajo neposrednega vpliva na obseg, intenzivnost in oblike participacije v forumu; lahko pa rečemo, da se iz rezultatov analiz nakazuje šibek negativen vpliv zahtevane identifikacije (beta = -0,13, p = 0,17).

Strukturne in upravljalvske spremenljivke skupaj zelo dobro pojasnijo vse tri odvisne spremenljivke, saj je z njimi mogoče pojasniti 49 % variabilnosti družbene kohezije v forumu, 52 % medsebojnega zaupanja članov in 41 % njihove participacije.

6 Razprava in sklepi

Namen prispevka je bil ponuditi empirični vpogled v najpomembnejše dejavnike, ki omogočajo vzpostavitev družbene kohezije, zaupanja in participacije v slovenskih spletnih forumih, pri čemer lahko omenjene dejavnike pojmuje kot ključne elemente reprodukcije spletne skupnosti. Forumi, ki jim uspe zgraditi kohezijo in zaupanje med

člani in za katere je značilna visoka stopnja participacije, imajo zagotovljeno določeno mero kontinuitete, saj se njihovi člani vračajo v te prostore, jih vključujejo v svoje vsakdanje življenje v sferah dela, družine in prostega časa, v njih vzpostavljajo in iz njih črpajo družbene odnose, identiteto in znanje, hkrati pa v te prostore tudi vložijo del sebe, svojega znanja. Spletni forumi torej niso brezmejni, iz sveta vsakdanjega življenja iztrgani laboratoriji za osmišljanje družbenih, kulturnih in identitetnih sprememb (Turkle 1995; Poster 1995), marveč so dinamična družbena okolja, v katerih se posamezniki prek asinhronega in sinhronega interaktivnega družbenega delovanja povezujejo v bolj ali manj stabilne skupnosti, ki temeljijo na skupni prostorski določenosti, zaupanju in etični zavezanosti. Strukturo in dinamiko teh oblik družbenega delovanja določajo tako upravljavski posegi kot družbene strukture, ki so rezultat interakcijske dinamike v forumih. Čeprav so upravljavske odločitve zelo pomembne, je interakcijska dinamika, sestavljena iz normativnih in identitetnih procesov, tista, ki najpomembneje določa strukturne pogoje za vzpostavitev, ohranjanje in krepitev družbene kohezije ter zaupanja med člani spletnih skupnosti. Upravljavci z izborom tehnološke platforme, določitvijo formalnih pravil in dostopnostjo elementov samopredstavitve postavijo le »sistemski« okvir za oblikovanje celovitega normativnega konteksta.

Izbor ustreznih moderatorskih strategij, določitev jasnih pravil kaznovanja in izvajanja drugih oblik pozitivnih in/ali negativnih oblik formalnih sankcij nikakor niso dovolj za oblikovanje občutka skupnosti. Prisotni morajo biti interakcijski procesi in oblike komuniciranja, v katerih se uporabniki forumov sami vključujejo v razprave o tem, kaj je dopustno, zaželeno, nezaželeno ipd. Sklicujoč se na Wittgesteina, bi lahko dejali, da za oblikovanje normativnega konteksta v spletnih skupnostih ni pomembno samo to, da člani skupnosti formalno pravilo prepoznajo in mu pripisujejo enak pomen kot drugi člani, temveč da je za vsakega člana pravilo, za katerega v forumu obstaja pomenska konvencija, intersubjektivno veljavno. Izhajajoč iz tukajšnje analize, je mogoče trditi, da je učinek formalnih norm vsaj na prisotnost družbene kohezije med člani spletnih forumov celo negativen. Negativne posledice »prisilne institucionalizacije« (de Souza in dr. 2004) se odražajo v spremenjenosti koordinacije interakcijskih procesov – od deliberativnega razpravljanja k strateškemu iskanju informacij (Petrovčič in Petrič 2005), v razkroju obstoječih oblik družbenosti (Petrič 2006) ter posledično v osipu aktivnega članstva in upadu obiskanosti spletnega mesta.

Samopredstavitveni elementi imajo različne učinke na družbeno kohezijo, zaupanje in participacijo. Prepoznavnost članov skupnosti povečuje participacijo, a znižuje zaupanje, medtem ko istovetnost ravno obratno zvišuje zaupanje in kohezijo ter znižuje (sicer ne značilno) participacijo. Ob tem je za ohranjanje zaupanja, pri vzpostavitvi katerega je še posebej izpostavljen procesni vidik postopnosti (Fukuyama 1995), še toliko bolj pomembno, da člani spletnih forumov niso le »ljudje z obrazi« (Goffman 1959), temveč da so to ljudje s koherentnimi, trajnimi obrazi. Trajnost samopredstavitve v interakciji z normativnimi kontekstom je osnova za okolje, ki skupnosti omogoča opredelitev družbenega statusa posameznih (skupin) uporabnikov glede na njihov ugled, vpliv, moč, »forumsko zgodovino«, strukturo in obseg njihovih aktivnosti. Upoštevajoč različen učinek istovetnosti in prepoznavnosti na tri sidrišča spletnih skupnosti, ostaja

odprto vprašanje, kaj si upravljavci bolj želijo – forum s člani, ki se predstavijo z istovetnimi podatki, v katerem sta prisotni velika kohezija in zaupanje, a bolj previdna in zato manj intenzivna participacija, ali forum z anonimnimi člani, kjer je prisotna visoka stopnja participacije, a nižja raven zaupanja in družbene kohezije. Zavedati se moramo, da ima izbrani pozitivistični pristop svoje omejitve pri raziskovanju zgornje dileme – najbrž bi bilo treba za oblikovanje celovitega odgovora v raziskovalni okvir vključiti tudi kvalitativne metode (npr. poglobljene intervjuje z administratorji, moderatorji in člani).

Podobno kot pri upravljavskih vidikih normativnih struktur se torej v spletnih forumih tudi pri elementih samopredstavitve kaže omejen doseg upravljavskih posegov v dinamiko družbenih procesov. Uporabniški profili so le tehnološki vmesniki za kreativno družbeno in posameznikovo sposobnost vlaganja v razvoj avtentičnih, istovetnih in trajnih samopredstavitvev. Takšne ugotovitve glede dejavnikov, povezanih s participacijo v spletnih skupnostih, imajo širše epistemološke implikacije, saj na konceptualni ravni odpirajo vprašanje o smeri vzročno-posledičnega odnosa, ki je predstavljen v pričujočem teoretskem modelu: Ali niso morda participacija, družbena kohezija in zaupanje strukturalni pogoji za to, da forum postane bolj normativno strukturiran, delovanje v njem pa bolj istovetno? Upoštevajoč učinke upravljavskih in strukturalnih dejavnikov na kohezijo in zaupanje, velja morda razmišljati o »forumski realnosti« kot o presečišču družbene strukture in delovanja,¹⁴ v katerem formalne strukture spletnih skupnosti usmerjajo družbeno delovanje svojih članov, hkrati pa ponujajo možnosti, da slednji s svojim kreativnim delovanjem vplivajo na obstoječe strukture in jih posledično tudi preoblikujejo.

Za konec je treba izpostaviti še prežemanje spletnih skupnosti s siceršnjimi »offline« socialnimi krogi. Tudi na slovenskem spletu konvergentna narava računalniško posredovanega komuniciranja korenito spreminja obstoječe načine komuniciranja. Članstvo v slovenskih spletnih forumih se v določeni meri prekriva s članstvom v družbenih skupinah izven kibernetnega prostora, kar lahko pomembno pripomore, tako kažejo rezultati, k izgradnji skupnosti z visoko stopnjo družbene kohezije in zaupanja. Še več, ker so spletni forumi javno dostopni na svetovnem spletu in omogočajo prosti dostop do informacij ter neovirano vključitev v razprave, postajajo s tem odprti za vzpostavitev novih družbenih vezi, ki se prelivajo tudi v druge komunikacijske kanale. Na ta način se zdi, da pritrjujemo ugotovitvam o povezanosti interneta in socialnega kapitala (Best in Krueger, 2006; Ellison in dr. 2007; Scott in Johnson 2005), vendar pa je hkrati potrebno opozorilo. Enostavnost vstopanja v spletne skupnosti in izstopanja iz njih omogoča internetnim uporabnikom sestaviti obsežen *individualni* portfelj socialnega kapitala, ki pa zaradi pogoste odsotnosti recipročnih družbenih vezi (v kibernetnem prostoru in

14. Omenjeni epistemološko pogled se zdi najbližje konceptualnim izhodiščem predstavljenega teoretskega modela spletnih skupnosti. Če upravljavske dejavnike razumemo kot del družbene strukture, strukturalne dejavnike pa kot rezultate interakcijskih procesov oziroma družbenega delovanja članov spletnih skupnosti, lahko ugotovimo, da pričujoči model združuje oba pogleda in s tem zaobjame vsaj del kompleksnosti družbene realnosti v omenjenih prostorih.

zunaj njega) ne lajša koordiniranih delovanj, ki bi izboljšala učinkovitost družbe kot celote, kar Putnam (2000) razume kot bistvo socialnega kapitala.

Zahvala

Zahvaljujemo se lastnikom, administratorjem in moderatorjem 69 slovenskih spletnih forumov, ki so se odzvali na najino prošnjo in z objavo pasic (oglasnih sporočil) ter hipertekstovnih povezav na spletno anketo in dostopom do informacij o upravljavskih lastnostih spletnih skupnosti, v katerih delujejo, omogočili izvedbo raziskave.

Literatura

- Bauman, Zigmund (2002): *Tekoča moderna*. Ljubljana: *cf.
- Best, Samuel J., in Krueger, Brian S. (2006): Online Interactions and Social Capital: Distinguishing between New and Existing Ties. *Social Science Computer Review*, 24 (4): 395–409.
- Birchmeier, Zachary, Joinson, Adam N., in Dietz - Uhler, Beth (2005): Storming and Forming a Normative Response to a Deception Revealed Online. *Social Science Computer Review*, 23 (1): 108–121.
- Blanchard, Anita L., in Horan, Tom (1998): Social Capital and Virtual Communities. *Social Science Computer Review*, 16 (3): 293–307.
- Blanchard, Anita L., in Markus, Lynn M. (2004): The Experienced »Sense« of a Virtual Community: Characteristics and Processes. *The Data Base for Advanced in Information Systems*, 35 (1): 64–71.
- Burnett, Garry, in Bonnici, Laurie (2003): Beyond the FAQ: Explicit and Implicit Norms in Usenet Newsgroups. *Library & Information Science Research*, 25 (3): 333–351.
- Chan, Calvin M. L., in dr. (2004): Recognition and Participation in a Virtual Community. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. Dostopno prek: <http://www.hsw-basel.ch/iwi/publications.nsf/id/282> (1. 2. 2008).
- De Souza, Clarisse S., in dr. (2004): Compulsory Institutionalization: Investigating the Paradox of Computer-supported Informal Social Processes. *Interacting with Computers*, 16 (4): 635–656.
- De Souza, Clarisse S., in Preece, Jennifer (2004): A Framework for Analyzing and Understanding Online Communities. *Interacting with Computers*, 16 (3): 579–610.
- DeVellis, Robert F. (1991): *Scale Development*. London: Sage.
- Dillon, William R., in Goldstein, Matthew (1984): *Multivariate Analysis: Methods and Applications*. New York: John Wiley & Sons.
- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles, in Lampe, Cliff (2007): The Benefit of Facebook »Friends«: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4): 1143–1168.
- Etzioni, Amitai (2004): *The Common Good*. Cambridge: Polity Press.
- Ferlander, Sara, in Timms, Duncan (1999): Computer-Supported Community Networks and Social Cohesion. V K. Stathis (ur.): *Local Nets, Community-based Interactive Systems: Proceedings of the International Workshop on Community-based Interactive Systems*: 43–57. Siena: i3 net.
- Filipović, Maša (2005): Analiza koncepta družbena kohezija skozi prizmo ločitve vsakdanjega sveta in sistema. *Družboslovne razprave*, XXI (48): 159–175.

- Fukuyama, Francis (1995): *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Goffman, Erving (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Hagerty, Bonnie M., in dr. (1996): Sense of Belonging and Indicators of Social and Psychological Functioning. *Archives of Psychiatric Nursing*, 10 (4): 235–244.
- Galston, William A. (1999): (How) Does the Internet Affect Community? Some Speculations in Search of Evidence. V E. C. Kamarck in J. S. Nye, Jr. (ur.): *Democracy.com? Governance in a Networked World*: 45–62. Hollis: Hollis.
- Jones, Quentin (1997): Virtual Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline? *Journal of Computer-mediated Communication*, 3 (3). Dostopno prek: <http://www.blackwell-synergy.com/loi/jcmc> (1. 2. 2008).
- Joinson, Adam N., in Dietz - Uhler, Beth (2002): Explanations for the Perpetration of and Reactions to Deception in a Virtual Community. *Social Science Computer Review*, 20 (3): 275–289.
- Kling, Rob, in dr. (2000): *Learning from Social Informatics: Information and Communication Technologies in Human Contexts*. Indiana University: Center for Social Informatics. Dostopno prek: http://rkcsi.indiana.edu/media/SI_report.pdf (1. 2. 2008).
- Lenhart, Amanda, in dr. (2007): *Teens and Social Media*. Pew Internet & American Life Project. Dostopno prek: http://www.pewinternet.org/PPF/r/230/report_display.asp (1. 2. 2008).
- Lin, Hsiu-Fen (2007): The Role of Online and Offline Features in Sustaining Virtual Communities: An Empirical Study. *Internet Research*, 17 (2): 119–138.
- Marx, Gary T. (1999): What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity. *The Information Society*, 15 (2): 99–112.
- McMillan, David W., in Chavis, David M. (1986): Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14 (1): 6–23.
- MOSS (2007): Poročilo MOSS – Merjenje spletne obiskanosti, jesen 2007. Dostopno prek: http://www.soz.si/projekti_soz/moss_merjenje_obiskanosti_spletnih_strani/ (31. 1. 2008).
- Novak, Mojca (2001): Socialna kohezija v primežu prenovljenega pojmovanja. *Družboslovne razprave*, XVII (36): 23–37.
- Oblak, Tanja (2000): Mitske podobe o »življenju na mreži«: od poljubnih identitet do izgubljenih skupnosti v kibernetskem prostoru. *Teorija in praksa*, 36 (6): 1052–1068.
- Petrič, Gregor (2006): Conceptualizing and Measuring the Social Uses of the Internet: The Case of Personal Web Sites. *The Information Society*, 22 (5): 291–301.
- Petrovčič, Andraž, in Petrič, Gregor (2005): Komunikativna racionalnost kot integracijska oblika družbenega delovanja v spletnih forumih. V T. Krpič (ur.): *Varnost in tveganja v sodobni slovenski družbi*. Dostopno prek: <http://www.sociolosko-drustvo.si/> (31. 1. 2008).
- Pfeil, Ulrike (2007): Online Social Support for Older People. *Sigaaccess Newsletter*, 88 (1): 3–8. Dostopno prek: http://www.sigaccess.org/newsletter/june07/june07_02.pdf (2. 2. 2008).
- Poster, Mark (1995): *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Postmes, Tom, Spears, Russell, in Lea, Martin (1998): Breaching or Building Social Boundaries? SIDE-effects of Computer-mediated Communication. *Communication Research*, 25 (6): 689–715.
- Preece, Jennifer, in Maloney - Krichmar, Diane (2003): Online Communities. V J. Jacko in A. A. Sears (ur.): *Handbook of Human-Computer Interaction*: 596–620. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

- Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.
- Rheingold, Howard (1993): *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Harper Perennial.
- RIS – Raba interneta v Sloveniji (2005): Poročilo o rezultatih ankete IKT SURS/RIS 2005 o družbenih in kulturnih vidikih virtualnih življenjskih stilov Slovencev. Dostopno prek: <http://elife.ris.org> (31. 1. 2008).
- Scott, James K., in Johnson, Thomas G. (2005): Bowling Alone but Online Together: Social Capital in E-Communities. *The Journal of the Community Development Society*, 36 (1): 1–18.
- Shang, Rong-An, Chen, Yu-Chen, in Liao, Hsueh-Jung (2006): The Value of Participation in Virtual Consumer Communities on Brand Loyalty. *Internet Research*, 16 (4): 398–418.
- Tönnies, Ferdinand (1999/1887): *Skupnost in družba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Turkle, Sherry (1995): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Touchstone.
- Wang, Youcheng, in Fesenmaier, Daniel R. (2004): Modeling Participation in an Online Travel Community. *Journal of Travel Research*, 42 (3): 261–270.
- Wellman, Barry, in Leighton, Barry (1979): Networks, Neighborhoods, and Communities: Approaches to the Study of the Community Question. *Urban Affairs Quarterly*, 14 (3): 363–390.

Naslova avtorjev:

Gregor Petrič

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko
Kardeljeva ploščad 5, Ljubljana
e-mail: gregor.petric@fdv.uni-lj.si

Andraž Petrovčič

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko
Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana
e-mail: andraz.petrovcic@fdv.uni-lj.si