

Petra Belina
**NACIONALNA
IDENTITETA
IN ODNOS DO
INTERNETA**

23-36

PETRA BELINA
KRIŽNA 12
SI-1000 LJUBLJANA

::POVZETEK

V PRISPEVKU NAS JE zanimal odnos udeležencev medmrežne komunikacije do različnih značilnosti internetnega prostora. V ta namen smo skonstruirali vprašalnik, katerega vprašanja so se nanašala na uporabo, vedenja, igro identitet, stališča, odločitve in potrebe povezane z internetnim prostorom. V vzorec je bilo zajetih 443 uporabnikov, ki glede na različne demografske spremenljivke sestavljajo heterogeno skupino. Anketiranje je potekalo posredno s pomočjo v ta namen vzpostavljenega internetnega naslova, na katerem se je nahajal vprašalnik. S tem smo vzpostavili merilo, saj so na vprašalnik odgovarjali le tisti posamezniki, ki bolj ali manj kontinuirano uporabljajo internet.

V pričujočem članku bomo navedli razlike, ki so se pokazale med skupinama Slovencev in Neslovencev. Ugotovitve kažejo, da Neslovenci v primerjavi s Slovenci večji meri uporabljajo internet za spremljanje informacij ter zaznavajo večjo povezanost z Evropejci in ljudmi z vsega sveta, odkar intenzivno uporabljajo internet. Poleg tega rezultati kažejo, da so "igre identitet" v enaki meri prisotne pri obeh skupinah. Naj omenim, da govorimo o deklariranih Neslovincih, ki živijo v Sloveniji, zato pomembnih razlik med Slovenci in Neslovinci, v izbranih posamičnih aspektih odnosa do cyberprostora oziroma izražanja identitetnih značilnosti v zvezi z njim nismo pričakovali.

Ključne besede: uporaba interneta, nacionalna pripadnost, socialna udeležba, virtualna identiteta

ABSTRACT*NATIONAL IDENTITY AND ATTITUDE TO INTERNET*

In this article we were interested in relationship of active internet users towards different aspects of cyberspace. For this purpose we constructed an questionnaire. Questionns refered to internet use, net behaviour, online identity, decisions, stands and needs connected with cyberspace. Sample included 443 internet users. Because we want to get informations only from participants who more or less frequently practice online activities, we published questionnaire online.

The article presents only a part of research, which shows differences between group of slovene and non-slovene users. Findings indicates that non-slovene participants in comparision to slovenian ones, more frequently use internet to keep in touch with recent news and other informations. Results shows that non-slovene partici-

pants feel much more connected to europeans and to the people from all over the world, since they frequently use internet. Fluid identities are presented in similar quantity in both groups. Because non-slovenian participants actually lives and works in Slovenia, we did not expect a significant differences between both groups, regarding their relationship to cyberspace.

Key words: internet use, national identity, social participation, online identity, fluid identity

::NAMENI UPORABE IN OBLIKE INTERNETNIH KOMUNIKACIJ

Internet omogoča raznovrstna komunikacijska orodja in posledično različne komunikacijske prakse v najrazličnejših družbenih kontekstih (Škerlep, 1998).

Za internetno komunikacijo so značilne nove oblike izražanja. Za upodarjanje teksta in izogibanje napačnim interpretacijam uporabniki uporabljajo emotikone, akronime, velike tiskane črke, zvezdice...ipd. Tisti, ki internet uporabljajo dalj časa, bolje obvladajo parajezik, saj je potreben čas, da ga posameznik osvoji (Joinson, 2003). Internetna komunikacija je torej verbalna ali neverbalna, pri čemer neverbalni del z omejenim repertoarjem zahteva več ustvarjalnosti, da sporočilo doseže svoj namen. Gfk je z raziskavo Gfk Tel.com monitor ugotovljal namene uporabe interneta v Sloveniji. Največ uporabnikov (86%) internet uporablja za dopisovanje po elektronski pošti, sledi iskanje informacij za študij, delo (85%) in iskanje informacij za zabavo in prosti čas (74%). Veliko uporabnikov uporablja internet tudi za prenašanje avdio/video datotek (42%). V njej so navedene različne internetne aktivnosti. Med razlogi za uporabo interneta pa je tudi komunikacija. Za komunikacijo preko forumov, spletnih klepetalnic, in programov za neposredne pogovore uporablja internet kar 31% uporabnikov. Komuniciranje, če upoštevamo tudi pošiljanje elektronske pošte, tako predstavlja pomemben segment interneta. Oblike internetnih komunikacij so različne. Nekatere so asinhrono (elektronska pošta, forumi, blogi), druge pa so sinhrono oziroma potekajo v realnem času (klepetalnice). Nekatere oblike so namenjene predvsem spoznavanju novih ljudi (klepetalnice), druge iskanju informacij (forumi) ali pa vzdrževanju predhodno ustvarjenih vezi (elektronska pošta). Elektronska pošta na primer omogoča asinhrono komunikacijo predvsem za komunikacijo z ljudmi, ki jih posameznik pozna iz svojega realnega življenja. Tudi blogi, forumi, konference so oblike internetnih komunikacij,

kjer je uporaba interneta predvsem v funkciji širjenja in ohranjanja socialnih stikov. Razmerje med posameznimi komunikacijskimi orodji in praksami je torej izrazito kompleksno. Pri poenostavljenem razumevanju računalniško posredovanih komunikacij pogosto zanemarimo različne vloge udeležencev, kot tudi kontekste uporabe posameznih orodij. Poleg tega pozabljamo, da že sama interakcija, ki se med ljudmi vzpostavi preko računalniških omrežij predstavlja svojstven kontekst (Oblak, 2000).

::SOCIALNA UDELEŽBA

O vplivu interneta na posameznika se poraja mnogo odprtih vprašanj. Rheingold (1994) je poudaril, da internet v prvi vrsti ni namenjen iskanju in pridobivanju informacij temveč tudi medsebojnemu povezovanju ljudi, njihovih imaginacij in emocij, pri čemer sama tehnologija sploh ni relevantna.

V ospredje se postavi vprašanje o vplivu interneta na posameznikove odnose v offline življenju.

Raziskava, ki jo je opravil Pew Internet & American Life Project, januarja 2006, je pokazala, da internet in e-pošta širita in utrjujeta socialne vezi med Američani. Čeprav internet po prepričanju nekaterih osamlja ljudi, raziskava pokaže, da ljudem dejansko omogoča, da ohranjajo stike v socialnem omrežju s tistimi, ki živijo daleč. Ugotovitve omenjene raziskave kažejo, da bolj kot je človekovo socialno omrežje razvejano in raznoliko, bolj pomembna je e-pošta. Socialna omrežja ki uporabljajo internet, lahko hitro posredujejo navete in potrebne informacije. Uporabniki sodobnih tehnologij so manj navezani na lokalne socialne skupine in bolj na geografsko široke socialne skupine. S tem se nekdanje skupnosti, vezane predvsem na sosedске odnose transformirajo v bolj razpršene skupnosti, ki niso geografsko locirane. Z mnogoterini možnostimi za socialne stike internet omogoča "individualno mreženje" (networked individualism). Raziskava je ugotavljala spremembe socialne udeležbe ločeno za posameznikovo družino, prijatelje in njegove znance. Medtem, ko v prvi skupini z uporabo interneta ne prihaja do bistvenih sprememb, razen v primerih ko sorodniki ali prijatelji živijo daleč stran, se v drugi skupini pokažejo izrazite pozitivne spremembe, predvsem pri tistih posameznikih, s številčnejšo socialno mrežo. Tudi raziskava Digital Project Future (www.digitalcenter.org) kaže, da so se na področju družbene komunikacije in osebnih stikov preko interneta zgodile velike spremembe. Malo manj kot polovica uporabnikov, ki so člani raznih spletnih skupnosti, le te obravnavajo enako kot skupnosti iz svojega realnega življenja. Raziskave kažejo, da posamezniki najpogosteje najdejo somišljenike o različnih stvareh ravno na internetu.

Kraut, Patterson, Lundmar, Kiesler, Mikopadhyay in Scherils (1998) so

prvi izvedli študijo o vplivu interneta na socialno udeležbo in zadovoljstvom z življenjem. Z longitudinalno študijo so skušali ugotoviti njegov vpliv na socialno udeležbo posameznika. Socialni odnosi preko interneta, naj bi po omenjeni študiji bili manj kvalitetni in naj bi zamenjali odnose v resničnem življenju. S tem so potrdili hipotezo, da uporaba interneta negativno vpliva na socialno udeležbo posameznika. Omenjena študija je bila deležna številnih kritik, predvsem zaradi izvedbe raziskave.

Hamburger in Ben-Artzi (2003) sta ugotovila, da uporaba interneta ne pripelje do osamljenosti, temveč, da osamljeni posamezniki posledično pričnejo uporabljati internet. Tudi Morahan-Martin in Schumacher (2003) sta ugotovila, da internet privlači bolj osamljene posameznike. Sama internetna interakcija jim namreč omogoča, da le opazujejo druge in obenem ostajajo nevidni. Poleg tega se zaradi anonimnosti zmanjša socialna anksioznost.

Avtorja Amiel in Sargent (2004) sta opravila raziskavo v kateri so udeleženci (študenti) pojasnjevali svoje motive za uporabo interneta in pogostost uporabe. Za merjenje osebnosti je bil uporabljen Eysenckov vprašalnik. Ugotovila sta, da so motivi za uporabo interneta pri posameznikih z visokim dosežkom na dimenziji nevroticizem, predvsem v potrebi po pripadanosti. Uporaba interneta za zadovoljevanje potreb po informiranosti se pri teh posameznikih pojavi na drugem mestu. Poleg tega so ugotovili, da le ti ne uporabljajo interneta za pogovore. Nevrotiki se torej izogibajo vsem vrstam komunikacije, tudi komunikaciji na internetu, četudi v resnici preživijo na spletu več časa. To lahko pojasnujemo z negativno on-line dezinhibicijo. V takih primerih se nevrotiki ne čutijo kompetentne za komuniciranje. Omenjena raziskava je pokazala, da bolj ekstravertirani posamezniki ne doživljajo interneta, kot prostor za druženje. Zanje internet predstavlja predvsem prostor za doseganje različnih specifičnih ciljev. Pomembnejše kot iskanje podpore ali pomoči, za bolj ekstravertirane, internet predstavlja prostor za informiranje in izražanje mnenja. Posamezniki z visokim dosežkom na tretji Eysenckovi dimenziji osebnosti, psihotocizmu so kot motiv uporabe interneta navedli bolj prepovedane aktivnosti. Le ti pogosto uporabljajo internet za obiskovanje pornografskih strani.

Zaključimo s tem, da so uporabniki interneta različne osebnosti, z različnimi motivi in potrebami. Posledice so tako za nekatere neizogibne. Predvsem pa se moramo zavedati da vsak posameznik, glede na čas, ki ga ima na voljo, sam izbira načine uporabe interneta in njegove aktivnosti.

::IGRA IDENTITET

Pojem virtualna identiteta ali identiteta on-line se nanaša na identiteto, ki jo ima posameznik v internetnem prostoru. Do neke mere lahko pred-

postavljamo, da sta virtualna in realna identiteta med seboj povezani. Med razkrivajoče elemente lahko uvrstimo raven pismenosti, besedni zaklad in stil pisanja (Praprotnik, 2005). Anonimnost posamezniku daje možnost prikrivanja identitete, menjavanja identitete ali vzpostavljanja več identitet hkrati. Zaradi tega veliko avtorjev v povezavi z cyberprostorom in identiteto omenja pojem fluidne in večplastne identitete (Kendall, 1999). Kendalova (1999) primerja fluidno identiteto v cyberprostoru z menjavanjem vlog v vsakdanjem življenju. Naj omenimo še avatar, katerega ni mogoče enačiti s pojmom virtualna identiteta, ker ne gre za fluidnost temveč predstavlja eno stabilno obliko identitete. Internetni prostor omogoča posamezniku, da o sebi razmišlja na drugačne načine. Suler (2002) navaja pet notranjih faktorjev, s katerimi lažje razumemo tovrstno igro identitet. Glede na spodaj navedene faktorje se posamezniki v igri identitet medseboj razlikujejo. Prvi faktor diferenciacija/integracija se nanaša na to, da cyberprostor omogoča posamezniku učinkovito manevriranje med različnimi aspekti jaza. Posamezniku se lahko osredotoči le na specifičen aspekt jaza, poleg tega lahko posameznik izrazi tiste vidike sebe, ki jih v komunikaciji "iz oči v oči" ne more. Pomemben je tudi faktor pozitivne/negativne valence. Delovanje v internetnem okolju lahko pripomore k predelovanju negativnih aspektov ali razvijanju in izražanju pozitivnih vidikov jaza. Faktor fantazija/realnost govori do katere mere, je posameznikova virtualna identiteta resnična, imaginarna ali prikrita. Faktor zavedanje/kontrola pa o zavestnih in podzavestnih tendencah, ki tudi v cyberprostoru usmerjajo naše vedenje. Zadnji pomemben faktor, ki ga navaja Suler se nanaša na izbiro medija za samopredstavljanje. V internetnem prostoru imamo podobno kot v vsakdanjem življenju kombinacije specifičnih možnosti skozi katere lahko izrazimo, krepimo ali razvijamo specifične dele naše identitete.

::NAMEN IN HIPOTEZE

Internet ima pomembne socialno-psihološke posledice na slehernega posameznika ne glede na stopnjo vključenosti. Z vprašalnikom smo pri različnih skupinah uporabnikov ugotavljali konkretne razlike v uporabi, vedenjih, igri identitet, stališčih, odločitvah in potrebah povezanih z internetnim prostorom. V pričujočem prispevku smo se posvetili predvsem razlikam med udeleženci glede na njihovo nacionalno pripadnost. Pričakovali smo, da se obe skupini udeležencev (Slovenci / Neslovenci) v izbranih posamičnih aspektih odnosa do cyberprostora med seboj statistično pomembno ne razlikujejo.

(Gre za naslednje odvisne spremenljivke: namen uporabe (V14-V21), količina "igre identitet" (V33), spreminjanje različnih kategorij informacij (V53-V61), zaznava povezanosti z različnimi skupinami (V63-V71);

::METODA

V vzorcu raziskave je bilo zajetih 443 uporabnikov in uporabnic interneta starih od 20 do 40 let (Mdn 25 let). Od tega je bilo 418 deklariranih Slovencev in 25 deklariranih Neslovencev. Glede na spol, status, izobrazbo, stan in kraj bivanja sestavljajo udeleženci raziskave heterogeno skupino.

V raziskavi je bil uporabljen v ta namen skonstruiran vprašalnik "Kibernetski prostor in identiteta".

Anketiranje je potekalo posredno s pomočjo v ta namen vzpostavljenega internetnega naslova, na katerem se je nahajal vprašalnik.

::REZULTATI

Tabela 1: Frekvenčne distribucije in deskriptivna statistika o namenu uporabe.

	namen uporabe	1	2	3	4	5	N	M	SD
V14	iskanje informacij	0	22	93	270	58	443	3,82	0,713
V15	spremljanje informacij	21	79	105	204	24	443	3,34	1,011
V16	elektronska pošta	1	4	26	308	104	443	4,15	0,572
V17	uporaba klepetalnic, forumov, blogov	94	131	94	95	29	443	2,63	1,218
V18	igranje iger in kvizov	274	118	33	13	5	443	1,55	0,842
V19	obiskovanje erotičnih strani	310	103	20	9	1	443	1,39	0,692
V20	telefoniranje	286	88	40	27	2	443	1,58	0,92
V21	izmenjava, kopiranje filmov, glasbe...	75	137	96	77	57	443	2,78	1,279

*1=nikoli, 2=nekajkrat na mesec, 3=nekajkrat na teden, 4=malo vsak dan, 5=več ur dnevno

Iz tabele 1 je razidno, da udeleženci raziskave najpogosteje uporabljajo internet za elektronsko pošto, sledi iskanje in spremljanje informacij. Udeleženci v povprečju najmanj uporabljajo internet za obiskovanje erotičnih strani, igranje iger in telefoniranje. Udeleženci ostala orodja za komuniciranje, poleg elektronske pošte (klepetalnice, forume ali bloge) v povprečju obiskujejo nekajkrat na teden. Prav tako velja za izmenjavo, kopiranje filmov in glasbe.

Tabela 2: Frekvenčna distribucija, na vprašanje kaj se zaradi uporabe interneta dogaja z vašimi socialnimi stiki (V62).

V62	socialni odnosi	N	odstotek
	Vzdržujem predhodno ustvarjene odnose	223	50,3
	Ustvarjam nove odnose	18	4,1
	Oboje	202	45,6
	Skupaj	443	100

Polovica udeležencev z internetom vzdržuje, ohranja predhodno ustvarjene odnose. Zelo nizek odstotek udeležencev z internetom pretežno oblikuje samo nove odnose (4%). Slaba polovica pa z internetom ohranja, vzdržuje stare odnose in oblikuje nove.

Tabela 3: Frekvenčna distribucija in deskriptivna statistika ocen povezanosti z različnimi skupinami, odkar intenzivneje uporabljajo internet.

	izbrane skupine	frekvence					N	M	SD
		1	2	3	4	5			
V63	s prijatelji	10	26	261	109	37	443	3,31	0,797
V64	z družinskimi člani	13	28	365	29	8	443	2,98	0,564
V65	s sodelavci	7	5	294	107	30	443	3,33	0,69
V66	s strokovnimi skupinami	6	9	176	181	71	443	3,68	0,813
V67	z interesnimi skupinami	9	13	209	159	53	443	3,53	0,819
V68	s spletnimi skupnostmi	20	23	278	86	36	443	3,21	0,841
V69	s sodržavljani	13	22	307	83	18	443	3,16	0,702
V70	z Evropejci	9	17	226	142	49	443	3,46	0,819
V71	z ljudmi iz celega sveta	10	11	195	155	72	443	3,6	0,867

*1=izrazito manj povezan(a), 2=manj povezan(a), 3=ni sprememb, 4=bolj povezan(a), 5=izrazito bolj povezan(a)

Zgornja tabela kaže, da udeleženci v povprečju menijo, da ni sprememb v povezanosti z družinskimi člani odkar intenzivneje uporabljajo internet. S sodržavljani oziroma drugimi Slovenci ter s spletnimi skupnostmi (igričarji, blogerji, ipd.) se čutijo minimalno bolj povezani kot prej. Tudi pri povezanosti s prijatelji in sodelavci so le rahle spremembe v smeri večje povezanosti. Nekoliko večjo povezanost kot pred uporabljanjem interneta doživljajo udeleženci z Evropejci in z ljudmi z vsega sveta. Največjo spremembo udeleženci občutijo v povezanosti s strokovnimi (znanstveno, študijsko, poklicno, ipd.)

in pa interesnimi skupinami (na primer glasba, umetnost, šport, ekologija, kuhanje, humanitarne akcije, ipd.).

Tabela 4: Mann-Whitneyev test razlik med Slovenci in Neslovinci v namenu uporabe interneta.

Variabla	stan	N	Srednji rang	M-W U test	p
V14	Slovenec	418	220,64	4657,5	0,296
	Neslovenec	25	244,7		
V15	Slovenec	418	219,28	4090	0,052
	Neslovenec	25	267,4		
V16	Slovenec	418	222,42	5047,5	0,723
	Neslovenec	25	214,9		
V17	Slovenec	418	222,3	5099,5	0,836
	Neslovenec	25	216,98		
V18	Slovenec	418	222,71	4930	0,582
	Neslovenec	25	210,2		
V19	Slovenec	418	220,05	4410	0,103
	Neslovenec	25	254,6		
V20	Slovenec	418	219,88	4339	0,094
	Neslovenec	25	257,44		
V21	Slovenec	418	220,23	4681	0,379
	Neslovenec	25	242,76		

Opombe: V14= za iskanje informacij, V15= za spremljanje informacij, V16= za e-pošto, V17= za uporabo klepetalnic, forumov in blogov, V18= za igrice, V19=za erotiko, V20=za telefoniranje, V21=za prenašanje in kopiranje materiala;

Deklarirani Neslovinci v primerjavi s Slovenci v večji meri uporabljajo internet za spremljanje informacij. V ostalih internetnih aktivnostih ni razlik med skupinama.

Tabela 5: Mann-Whitneyev test razlik med Slovenci in Neslovinci v pogostosti "igre identitet" v kiberprostoru

Variabla	nacionalna pripadnost	N	Srednji rang	M-W U test	p
V33	Slovenec	418	221,69	5097,5	0,821
	Neslovenec	25	227,1		

Opombe: V33=količina igre identitet;

Slovinci/Neslovinci se v količini "igre identitet" v kiberprostoru med seboj ne razlikujejo (V33).

Tabela 6: Mann-Whitneyev test razlik med Slovenci in Neslovinci v pogostosti spreminjanja različnih identitetnih elementov

Variabla	nacionalna pripadnost	N	Srednji rang	M-W U test	p
V53	Slovenec	418	223,22	4716,5	0,217
	Neslovenec	25	201,66		
V54	Slovenec	418	223,01	4804	0,436
	Neslovenec	25	205,16		
V55	Slovenec	418	221,97	5212,5	0,983
	Neslovenec	25	222,5		
V56	Slovenec	418	222,58	4984,5	0,692
	Neslovenec	25	212,38		
V57	Slovenec	418	222,82	4882	0,532
	Neslovenec	25	208,28		
V58	Slovenec	418	222,56	4990	0,659
	Neslovenec	25	212,6		
V59	Slovenec	418	221,84	5158,5	0,885
	Neslovenec	25	224,66		
V60	Slovenec	418	221,91	5187	0,929
	Neslovenec	25	223,52		
V61	Slovenec	418	220,33	4525,5	0,099
	Neslovenec	25	249,98		

Opombe: V53=Spol, V54=Starost, V55=Svoje izkušnje, V56=Priimek in ime, V57=Fizični opis, V58=Poklic, V59=Politično prepričanje, V60=Vera, religija, V61=Nacionalna pripadnost;

Udeleženci/ke se glede na nacionalno pripadnost, v količini spreminjanja različnih informacij o sebi med seboj ne razlikujejo (V53-V61).

Tabela 7: Mann-Whitneyev test razlik med Slovenci in Neslovinci v povezano-

sti z navedenimi skupinami odkar intenzivneje uporabljajo internet.

Variabla	nacionalna pripadnost	N	Srednji rang	M-W U test	p
V63	Slovenec	418	220,66	4664,5	0,307
	Neslovenec	25	244,42		
V64	Slovenec	418	222,3	5098	0,758
	Neslovenec	25	216,92		
V65	Slovenec	418	223,26	4697,5	0,308
	Neslovenec	25	200,9		
V66	Slovenec	418	223,72	4504	0,212
	Neslovenec	25	193,16		
V67	Slovenec	418	221,5	5017	0,716
	Neslovenec	25	230,32		
V68	Slovenec	418	220,9	4765	0,391
	Neslovenec	25	240,4		
V69	Slovenec	418	221,19	4887	0,504
	Neslovenec	25	235,52		
V70	Slovenec	418	218,08	3586,5	0,004
	Neslovenec	25	287,54		
V71	Slovenec	418	217,76	3453,5	0,002
	Neslovenec	25	292,86		

Opombe: V63=s prijatelji, V64= z družinskimi člani, V65= s sodelavci, V66= s strokovnimi skupinami, V67= z interesnimi skupinami, V68= s spletnimi skupnostmi, V69= s sodržavljeni, V70= z Evropejci, V71= z ljudmi iz celega sveta;

Slovenci in Neslovenci v raziskavi se odkar intenzivneje uporabljajo internet čutijo v enaki meri, povezani z družinskimi člani, s prijatelji, s sodelavci, s strokovnimi, interesnimi in spletnimi skupnostmi in z drugimi Slovenci. Razlike med obema skupinama so v oceni povezanosti z Evropejci (V70) in z ljudmi z vsega sveta (V71). V obeh primerih se Neslovenci čutijo bolj povezani z navedenima skupinama.

::INTERPRETACIJA

Udeleženci raziskave internet najpogosteje uporabljajo za elektronsko pošto. Elektronska pošta je najstarejša oblika internetnih komunikacij. Če upoštevamo tudi uporabo ostalih orodij za komuniciranje (blogi, forumi, klepetalnice) lahko iz rezultatov razberemo, da najpomembnejši segment interneta poleg informiranja, predstavlja komunikacija. Za ostale namene udeleženci internet manj pogosto uporabljajo. Razlike glede na nacionalno pripadnost so se po-

kazale v kategoriji spremljanje informacij. Udeleženci Neslovenci pogosteje v primerjavi s Slovenci uporabljajo internet za spremljanje informacij. Sem sodijo časopisi, revije, portali in televizijske oddaje, vse preko katerega posameznik dobi aktualne informacije o dogajanju. Ena izmed značilnosti interneta je konvergenca medijev. Internet je medij, ki posamezniku omogoča dostop do internetnih različic vseh klasičnih medijev.

Tudi v naši raziskavi smo ugotavljali, kakšen vpliv ima internet na posameznikove offline odnose. Ugotovili smo, da polovica udeležencev z internetom vzdržuje, ohranja predhodno ustvarjene odnose. Zelo nizek odstotek udeležencev, z internetom pretežno oblikuje samo nove odnose (4%). Slaba polovica pa z internetom ohranja stare in oblikuje nove odnose.

Rezultati kažejo, da udeleženci v povprečju menijo, da ni sprememb v povezanosti z družinskimi člani, odkar intenzivneje uporabljajo internet. Tudi ugotovitve raziskave, ki jo je opravil Pew Internet & American Life Project, januarja 2006, so pokazale, da uporaba interneta ne vpliva na ohranjanje stikov z družino in prijatelji.

S sodržavljeni oziroma drugimi Slovenci ter s spletnimi skupnostmi (igričarji, bloggerji, ipd.) se udeleženci čutijo minimalno bolj povezani kot prej. Tudi pri povezanosti s prijatelji in sodelavci so le rahle spremembe v smeri večje povezanosti. Nekoliko večjo povezanost, kot pred uporabljanjem interneta čutijo udeleženci z Evropejci in z ljudmi z vsega sveta. To lahko pripišemo učinkom globalizacije. Največjo spremembo udeleženci občutijo v povezanosti z strokovnimi (znanstveno, študijsko, poklicno, ipd.) in pa interesnimi skupinami (na primer glasba, umetnost, šport, ekologija, kuhanje, humanitarne akcije, ipd.). V internetnem okolju lahko posameznik hkrati komunicira z večimi skupinami ali posamezniki. Pri izbiranju skupine, lahko posameznik z raznimi orodji, pregleda mnogo internetnih strani in se nato osredotoči na neko specifično skupino ali posameznika. Mnogoterost možnosti, ki jo ponuja internetno okolje za razvoj odnosov je v primerjavi z realnim življenjem neskončna. V vsakdanjem življenju potrebujemo za vse odnose relativno veliko časa, tudi za tiste ki trajajo kratek čas. Tudi posamezniki z zelo specifičnimi zanimanji in hobiji lahko tu najdejo sorodne duše. Pri testiranju razlik med skupinama Slovenci in Neslovenci smo na področju socialne udeležbe ugotovili naslednje. Naj omenim, da govorimo o deklariranih Neslovencih, ki živijo v Sloveniji zato pomembnih razlik med Slovenci in Neslovenci nismo pričakovali. Slovenci in Neslovenci v raziskavi, se odkar intenzivneje uporabljajo internet čutijo v enaki meri, povezani z družinskimi člani, z prijatelji, s sodelavci, s strokovnimi, interesnimi in spletnimi skupnostmi in z drugimi Slovenci. Razlike med obema skupinama so v oceni povezanosti z Evropejci in z ljudmi z vsega sveta. V obeh primerih Neslovenci z navedenima skupi-

nama zaznavajo večjo povezanost. Tudi na področju "igre identitet" rezultati ne kažejo razlik med Slovenci in Neslovenci. Obe skupini se v pogostosti igre identitet in v količini spreminjanja različnih informacij o sebi med seboj ne razlikujejo.

::LITERATURA

- Boase, J., Horrigan, J. B., Wellman, B. in Rainie, L. (2006).** Pew Internet & American Life Project, University of Toronto (www.pewinternet.org)
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay in Scherlis W. (1998).** Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being. *American psychologist* 53 9, 1017-1030.
- Amile, T. In Sargent, S. L. (2004).** Individual differences in internet usage motives. *Computer in Human Behaviour*, Vol 20(6), 711-726.
- Moharan-Martin, J. In Schumacher, P. (2000).** Incidence and correlates of pathological Internet use among college students. *Computers in Human Behaviour*, Vol 16, 13-29.
- Hamburger, Y. A. In Ben-Artzi, E. (2003).** Loneliness and internet use. *Computers in Human Behaviour*, 19, 71-80.
- Praprotnik, T. (2005).** Kdo smo online? Nekateri kontekstualni dejavniki računalniško posredovane komunikacije. *Monitor ISH*, Vol VII(1), 113-138.
- Suler, J. (2002).** Identity Management in Cyberspace. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, Vol 4, 455-460.
- Kendall, L. (1999).** Recontextualizing Cyberspace: Methodological Considerations for On-line Research. *Critical Issues and Methods for Examining the Net*. London: SAGE Publications.
- Joinson, Adam N. (2003).** *Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real lives*. New York: Palgrave Macmillian.
- Oblak, T. (2000).** Mitske podobe o življenju na mreži: od poljubnih identitet do izgubljenih skupnosti v kibernetnem prostoru. *Teorija in praksa*, 37, 1052-1068.
- Škerlep, A. (1998).** "Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu". *Internet v Sloveniji*. Ljubljana: FDV.
- Rheingold, H (1993).** *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerised World*. London: Scker and Warburg.
- Digital Project Future (www.digitalcenter.org)