

PODATKI O DIPLOMSKI NALOGI

Ime in priimek: Tina Dokl

Naslov diplomske naloge: Socialni kapital in uporaba virtualnega socialnega omrežja Facebook

Kraj: Domžale

Leto: 2010

Število strani: 120

Število tabel: 22

Število grafov: 5

Število prilog: 15

Število slik: 1

Število bibl. opomb: 0

Mentor: doc.dr. Bojana Mesec

Deskriptorji: virtualna skupnost, virtualno socialno omrežje, socialna opora, socialni kapital, socialna izključenost, internet, računalniško posredovana komunikacija, Facebook.

Povzetek: Naloga govori o povezavi med uporabo popularnega virtualnega socialnega omrežja Facebook in socialnim kapitalom posameznika. V njej podrobneje teoretično opredelim skupnost, socialna omrežja, virtualna socialna omrežja ter povezave s socialnim kapitalom. V empiričnem delu naloge z uporabo statističnih metod preverjam kakšen je vpliv intenzivnosti uporabe virtualnega socialnega omrežja Facebook na socialni kapital posameznika. V raziskavi preverim še vpliv nekaterih drugih spremenljivk na socialni kapital posameznika in raziščem vpliv velikosti virtualne socialne mreže na količino dobljene socialne opore.

Title: Social capital and use of Facebook, an online social network site

Descriptors: virtual community, virtual social network, social support, social capital, social exclusion, internet, computer mediated communication, Facebook.

Abstract: The subject of the graduation thesis is the relation between use of Facebook, a popular online social network site, and social capital of an individual. The study theoretically defines concepts such as community, social networks, virtual social networks and their possible associations to social capital. In the practical part of the thesis the quantitative statistical methods are used to examine the relationship between intensity of Facebook use and social capital of an individual. The study also examines some other variables and their impact on social capital as well as the relationship between the size of a social network and social support.

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

DIPLOMSKA NALOGA
**SOCIALNI KAPITAL IN UPORABA VIRTUALNEGA SOCIALNEGA OMREŽJA
FACEBOOK**

Mentor: doc.dr. Bojana Mesec

Tina Dokl

Ljubljana, 2010

PREDGOVOR

Vedno bolj smo priča dejstvu, da se internet vse globlje vpleta v naše vsakdanje življenje. Postaja nepogrešljivo orodje na vseh področjih družbenega življenja, še posebej korenite spremembe pa se v zadnjem času kažejo v obliki nastanka in vse bolj množične uporabe virtualnih socialnih omrežij. Zlasti hiter tempo življenja, vsakodnevna obremenjenost, akutno pomanjkanje časa, ter na drugi strani hiter razvoj tehnologije, so razlog, da se vedno večji del druženja, komuniciranja in družabnega življenja na sploh seli v virtualno okolje. Virtualna socialna omrežja kot je Facebook posameznikom omogočajo ustvariti lasten virtualni profil, vzpostaviti virtualno socialno mrežo oziroma skupnost in s tem ponujajo novo orodje za vzpostavljanje in vzdrževanje za posameznika pomembnih odnosov z okoljem. Na tem mestu pa se pojavi vprašanje, kako vse te spremembe vplivajo na posameznika in njegov socialni kapital, pri čemer je bilo prav to vprašanje glavni povod za vsebino diplomske naloge.

V želji, da bi obravnavano področje z vsebinskega vidika zajela čim bolj celovito, sem v teoretičnem delu naloge natančneje opredelila najpomembnejše teoretske sklope. V prvi vrsti so to skupnost, socialna omrežja z njihovimi značilnostmi in vrstami, ter modele in oblike socialne opore. Največji poudarek s podrobnimi opredelitvami sem namenila poglavjem o socialnem kapitalu, virtualnim socialnim omrežjem in konkretno Facebooku, saj kot takšna predstavljajo rdečo nit diplomske naloge in temelje raziskave, ki je sledila v metodološkem delu. V okviru raziskave, ki sem jo izvedla na populaciji mojih vrstnikov, me je v prvi vrsti zanimalo, kako oziroma na kakšen način uporaba virtualnega socialnega omrežja Facebook vpliva na posameznika, njegov socialni kapital in tudi na druga, za posameznika in socialno delo pomembna življenjska področja. Glede na to, da je bila empirična raziskava izdelana na podlagi populacije pretežno mojih vrstnikov, dobljenih rezultatov in ugotovitev ne bi mogla posploševati na populacijo Republike Slovenije kot celote, temveč le na tisti del populacije, ki Facebook uporablja najpogosteje.

Na koncu bi se zahvalila vsem, ki so me pri izdelavi diplomske naloge vzpodbujali in moralno podpirali. V prvi vrsti gre zahvala mentorici doc.dr. Bojani Mesec. Moji družini in prijateljem, ki so mi tako v času študija kot tudi v času pisanja diplomske naloge stali ob strani.

KAZALO

1 TEORETSKI UVOD	7
1.1 SKUPNOST	7
1.1.1 Dve obliki razumevanja pojma skupnost	9
1.1.2 Značilnosti skupnosti	10
1.1.3 Pomembne funkcije skupnosti	11
1.2 SOCIALNA OMREŽJA	12
1.2.1 Značilnosti socialnih omrežij	14
1.2.2 Vrste socialnih omrežij	15
1.3 SOCIALNA OPORA	17
1.3.1 Modeli socialne opore	20
1.3.2 Oblike socialne opore	21
1.4 SOCIALNI KAPITAL	23
1.4.1 Lastnosti socialnega kapitala	24
1.4.2 Definicije socialnega kapitala	25
1.4.3 Oblike socialnega kapitala	26
1.4.4 Socialni kapital in moč vezi	27
1.4.5 Izvor socialnega kapitala	29
1.5 SOCIALNA IZKLJUČENOST	30
1.6 INTERNET	32
1.6.1 Splet	33
1.6.2 Virtualna resničnost (virtual reality)	35
1.6.3 Kibernetški prostor (cyberspace)	35
1.6.4 Vpliv interneta na socialni kapital	35
1.7 VIRTUALNE SKUPNOSTI IN VIRTUALNA SOCIALNA OMREŽJA	37
1.7.1 Motivacijski dejavniki priključitve	38
1.7.2 Virtualna socialna omrežja	40
1.8 KOMUNIKACIJA	41
1.8.1 Računalniško posredovana komunikacija	42
1.8.2 Oblike virtualnega komuniciranja	44
1.9 FACEBOOK	45
1.9.1 Zgodovina in razvoj	46
1.9.2 Značilnosti Facebooka	46
2 PROBLEM	50
2.1 OPREDELITEV PROBLEMA	50
3 METODOLOGIJA	53
3.1 VRSTA RAZISKAVE, MODEL RAZISKAVE IN SPREMENLJIVKE	53
3.2 MERSKI INSTRUMENT IN VIRI PODATKOV	53

3.3 POPULACIJA IN VZORČENJE	56
3.4 ZBIRANJE PODATKOV	56
3.5 OBDELAVA IN ANALIZA PODATKOV	57
4 REZULTATI	58
4.1 SPLOŠNI PREGLED REZULTATOV RAZISKAVE	58
4.2 PREVERJANJE HIPOTEZ	67
4.3 ODGOVORI NA VPRAŠANJA	71
5 RAZPRAVA	80
6 SKLEPI	87
7 PREDLOGI	88
8 LITERATURA IN VIRI	89
9 PRILOGE	95
9.1 ANKETNI VPRAŠALNIK	95
9.2 ZBIRNIK PODATKOV	101
9.3 REZULATATI ODGOVOROV NA TRETJO IN ČETRTO VPRAŠANJE SKLOPA NAMEN UPORABE FACEBOOKA	113
9.4 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H1	114
9.5 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H2	114
9.6 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H3	115
9.7 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL	115
9.8 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA VEZIVNI SOCIALNI KAPITAL	115
9.9 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA OHRANJEVALNI SOCIALNI KAPITAL	116
9.10 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA INTENZIVNOST UPORABE FACEBOOKA	116
9.11 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL	116
9.12 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA VEZIVNI SOCIALNI KAPITAL	117
9.13 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA INSTRUMENTALNO OPORO	117
9.14 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA INFORMACIJSKO OPORO	117
9.15 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA EMOCIONALNO OPORO	118
10 POVZETEK	119

KAZALO TABEL

Tabela 4.1: Struktura anketirancev po spolu	58
Tabela 4.2: Starostna struktura anketirancev	58
Tabela 4.3: Struktura odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam, da poiščem in se povežem z ljudmi, ki jih poznam tudi osebno«	59
Tabela 4.4: Struktura odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam za pridobivanje novih poznanstev«	60
Tabela 4.5: Struktura odgovorov na trditve o intenzivnosti uporabe Facebooka	63
Tabela 4.6: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital	64
Tabela 4.7: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital	65
Tabela 4.8: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital	67
Tabela 4.9: Dejanske frekvenice intenzivnosti uporabe in premostitvenega socialnega kapitala	68
Tabela 4.10: Dejanske frekvenice intenzivnosti uporabe in vezivnega socialnega kapitala	69
Tabela 4.11: Dejanske frekvenice intenzivnosti uporabe in ohranjevalnega socialnega kapitala	70
Tabela 4.12: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital, glede na spol	72
Tabela 4.13: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital, glede na spol	72
Tabela 4.14: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital, glede na spol	73
Tabela 4.15: Struktura odgovorov intenzivnosti uporabe glede na življenjsko okolje	73
Tabela 4.16: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital, glede na življenjsko okolje	74
Tabela 4.17: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital, glede na življenjsko okolje	75
Tabela 4.18: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital, glede na življenjsko okolje	75
Tabela 4.19: Izračun Hi-kvadrata z upoštevanjem Yatesove korekture	76
Tabela 4.20: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo instrumentalno oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku	77
Tabela 4.21: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo informacijsko oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku	78
Tabela 4.22: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo emocionalno oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku	79

KAZALO GRAFOV

Graf 4.1: Struktura anketirancev glede na življenjsko okolje in spol.....	59
Graf 4.2: Grafični prikaz razporeditve odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam, da poiščem in se povežem z ljudmi, ki jih poznam tudi osebno«.....	60
Graf 4.3: Grafični prikaz razporeditve odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam za pridobivanje novih poznanstev«.....	61
Graf 4.4: Grafični prikaz števila dodanih »prijateljev« na Facebooku.....	62
Graf 4.5: Grafični prikaz odstotkov časa preživetega na Facebooku.....	63

KAZALO SLIK

Slika 1.1: Diagram treh koncentričnih krogov	17
--	----

1 TEORETSKI UVOD

1.1 SKUPNOST

Ljudje se medsebojno bivanjsko združujemo v občestvo, tkemo medsebojne odnose in se tako robno povezujemo v skupnost. Skupnost je prostor uresničevanja medčloveških odnosov, kajti oseba se razkriva s tem, da navezuje odnose z drugimi osebami. To se kaže v obliki skupnega bivanja in delitve skupne usode (Ramovš 1995: 43-45).

Človek je skupnostno bitje, v katerem se prepletata dve sili oziroma težnji, težnja po svobodi in težnja po pripadnosti. Prva v človeku ustvarja potrebo po tem, da sam odloča o sebi, da ustvarja sebe in svoje mnenje, ki ga ločuje od drugih, kar je osnovna človeška značilnost. Človek je avtonomno bitje, ki si konstruira svoj svet in ga skozi jezik ohranja. Po drugi strani pa ustvarja svoj svet, ki je tesno povezan in se prekriva s svetom drugih. Druga težnja v človeku pa je potreba po pripadnosti, po drugem, drugih, po skupnosti oziroma po človeškem stiku nasploh. Posameznik potrebuje druge zato, da lahko preživi, da se lahko oblikuje kot posameznik, kot individuum. Brez skupnosti se kot takšen ne bi mogel razviti v avtonomen sistem, ki teži tudi za svobodo. Kajti človekovo življenje je nenehno prehajanje od individualnosti k skupnosti in od skupnosti k individualnosti (Jeriček 2004: 215-217). Martinez-Brawley (1995, v Žnidarec Demšar 2004: 31) je celo mnenja, da so interakcije, združevanje in sodelovanje z drugimi prav tako poglobitve za preživetje kot hrana, zavetje in dom. To pomeni, da se takoj, ko ljudje zadovoljijo svoje primarne biološke potrebe in potrebo po varnosti, pojavi potreba po združevanju in sodelovanju, kar pomeni medsebojno odvisnost in oblikovanje skupnosti.

Za širšo rabo termina skupnost se v strokovnih virih najpogosteje navajajo v nadaljevanju navedeni družbeni okviri, v katerih se skupnost lahko pojavlja (Bahovec 2005: 10-11):

- Skupnost kot skupina ljudi, ki živijo na določeni geografski lokaciji in se do neke mere identificirajo s skupnim bivanjem. Med njimi obstajajo osebne in neosebne, formalne in neformalne vezi. Pripadnost prostoru pomembno vpliva na življenje posameznikov, njihove medsebojne odnose in odnose skupnosti do zunanjega okolja. Te vrste skupnosti lahko poimenujemo soseščina, lokalne skupnosti, vendar moramo biti pri tem pozorni na dejstvo, da samo geografska povezanost med člani ne predstavlja skupnosti v celovitem pomenu besede.

- Skupnost kot skupina ljudi, ki jih povezujejo skupne kulturne, etične, religiozne in druge značilnosti, ki pomembno določajo skupno identiteto posameznikov in družbene skupine. V to skupino tako štejemo narodne, religiozne in jezikovne skupnosti.
- Skupnosti v ožjem smislu oziroma male skupnosti. So relativno tesno, trajneje in trdneje povezane skupine, v katerih posameznik preživi pomemben del življenja. V to skupino spadajo krvne skupnosti, nekatere religiozne skupnosti, skupnosti alternativnih družbenih gibanj.
- Skupnost v najširšem pomenu besede človeštva, kjer je vso človeštvo razumljeno kot ena skupnost.
- Skupnost v splošni rabi. Zajema ljudi, ki so vezani na neko dejavnost, kot so na primer poklicne skupnosti, ali pa na posebne zahteve, kot je skupnosti starejših.
- Skupnost kot institucija ali organizacija s formalno strukturo, na primer Evropska skupnost, Skupnost neodvisnih držav.
- Virtualne skupnosti so skupnosti, ki se oblikujejo z uporabo internetne komunikacije, kjer med člani običajno ni neposrednega osebnega stika.
- Skupnosti, ki se razvijejo iz skupin parcialnega interesa. Te v večini primerov predstavljajo interese prostega časa, potrošnje in zabave, kateri pa ne vplivajo na druge vsebine življenja.

Clark (1973, v Žnidarec Demšar 2004: 32-33) opozarja, da za obstoj skupnosti ni pomemben prostor, niti funkcije skupnosti, temveč to, kako močan je občutek solidarnosti za člane skupnosti, kakšen pomen ima skupnost za njihovo življenje in kakšno stopnjo varnosti jim daje. Za mnoge ljudi je skupnost postala alternativna možnost, ki je nadomestila družino. Družine namreč postajajo vse manjše in so včasih manj sposobne za zadovoljevanje posameznikovih potreb. Posamezniki so ugotovili, da lahko različne oblike umetnega okolja postanejo njihove skupnosti, v katerih zadovoljujejo svoje potrebe. V skupnosti se tako prepletata mreža neformalnih odnosov med ljudmi, ki jih povezujejo sorodstvene vezi, prijateljstvo, bližina, skupni interesi, poklicno delo, ter mreža formalnih organizacij. Formalni sistemi predvsem omogočajo zadovoljevanje socialnih potreb ljudi na lokalnem nivoju, to so državni, zasebni in prostovoljni izvajalci (Žnidarec Demšar 2004: 33-34).

»Skupnost je torej mreža ali vzpostavljanje neformalnih odnosov med ljudmi, ki so medsebojno povezani preko skupnih interesov, prijateljev, skupnega dela, geografske pripadnosti ali zaradi skupnega prejemanja oziroma dajanja storitev in seveda različne

kombinacije vsega tega« (NISW 1982, v Žnidarec Demšar 2004: 34). Martinez-Brawley (1995, v Žnidarec Demšar 2004: 34) pravi še, da so povezave v različne skupnosti po obliki lahko vertikalne in horizontalne, ljudje pa se vanje združujejo tako na nacionalni kot globalni ravni, kjer preko združevanj prepoznajo svojo identiteto in pomen. Za skupnost so značilne trajne interakcije, občutek pripadnosti, aktivna udeležba članov, skupni cilji, zavedanje problemov in njihovo reševanje. Skupnost pomaga razvijati in vzdrževati socialno podporno mrežo, ki omogoča razvoj posameznikovih potencialov in neformalno reševanje problemov (Jeriček 2004: 10).

Bahovec (2005: 81) pri definiranju skupnosti posebej poudari, da je skupnost več kot le agregat posameznikov, saj mora vsebovati vsaj minimalni izrez neke vsebine komunikacije in odnosa, v katerem se posamezniki srečajo kot osebe. Je torej omrežje ljudi med katerimi obstajajo odnosi, ki segajo preko parcialnega interesa, na primer sodelovanje za doseganje določenega cilja. Osnova skupnostnega druženja je komunikacija med posamezniki kot osebami in ko v odnos z drugimi ne vstopamo le zaradi sebe, temveč priznavajoč drugega. Posameznik se v skupnost lahko rodi, vključi ali pa jo skupaj z drugimi ustanovi (Bahovec 2005: 252-254). Posameznikova vpetost v družbeno-kulturno okolje je ključna za njegovo identiteto. Človek kot osebno bitje, bitje zavedanja sebe, je to lahko le, če je v odnosih z drugimi in če je vpet v mrežo družbene strukture in kulture (Bahovec 2005: 8).

1.1.1 Dve obliki razumevanja pojma skupnost

»Pojem 'skupnost' izhaja iz latinske besede 'communis', kar pomeni tovarištvo in se navezuje na skupnost odnosov in doživljanja« (Žnidarec Demšar 2004: 31). V družboslovnih razpravah lahko prepoznamo dve obliki razumevanja pojma skupnost:

- **Strukturalna**

Pri strukturalni perspektivi pogledi na skupnost izhajajo iz strukturnih značilnosti skupnosti v povezavi s prostorom, njihovo strukturo in njihovo politično identiteto kot entiteto države. Tako skupnost vidijo kot mediatorsko strukturo med posameznikom in državo, pri čemer jo Durkheim (v Žnidarec Demšar 2004: 31) definira kot »vez med posameznikom in družbo, ki jo reprezentira država«, ta vez pa oblikuje, socializira in transformira posameznike. Vez izvršuje državno vizijo vključevanja ljudi v družbeno življenje in s prevzemom kontrolne vloge prikriti poskuša oblikovati posameznike v to, kar od njih država pričakuje. Habermas

(v Žnidarec Demšar 2004: 32) z vidika strukturnih značilnosti opozarja, da obstajata dva nasprotujoča si svetova življenja - neformalni in formalni sistem. Neformalna sfera temelji na neposrednem povezovanju ljudi, v kateri socialna integracija poteka preko komunikativne racionalnosti. Neformalni svet življenja lahko označujemo s pojmom »neformalni del civilne družbe«, ki predstavlja skupnost v prvotnem smislu besede s svojimi značilnostmi pripadnosti, kohezivnosti, recipročnosti, sodelovanja, prijateljstva in tovarištva. Formalni sistem pa vsebuje formalno sistemsko oziroma strukturirano družbeno okolje, administrativni sistem (država) in ekonomski sistem (trg).

- **Socialno psihološka**

Pri tej perspektivi pa je poudarjen pomen skupnega bivanja, identitete, odnosov v smislu obstajanja in načina povezovanja. Toennies (v Žnidarec Demšar 2004: 32-33) ločuje dva temeljna tipa, ki označujeta dihotomijo skupnost, »gemeinschaft« (skupnost) in »gesellschaft« (družba). »Gemeinschaft« oziroma *skupnost* vidi kot usodno, kohezivno, trajno obliko povezovanja, v kateri so vezi osnovane na vzajemnosti, nagradah, skupni usodi, tesnih medsebojnih odnosih ter obvezah, ki izhajajo iz tesne povezanosti in občutka pripadnosti. Ločuje med krvnimi, prostorskimi in duhovnimi skupnostmi in jih vidi kot prevladujočo obliko povezovanja ljudi. »Gesellschaft« oziroma *družba* pa je značilna za meščansko in tržno naravnano družbo, v kateri prevladujejo pogodbeni in konkurenčni odnosi, ki so utemeljeni na pravnem redu in tržni menjavi. Tu prevladuje lastni interes nad občutkom za skupne obveze in dolžnosti, kjer identifikacija s skupnostjo ni več samoumevna.

1.1.2 Značilnosti skupnosti

Skupnost je živ, nenehno rastoč in razvijajoč se sistem (Jeriček 2004: 41-53):

- Je **kompleksen sistem**, na kar kaže njegova analitična nedoločljivost in celovitost, ki je več kot vsota njegovih sestavnih delov. Kompleksni so vsi sistemi, ki vključujejo več elementov, kot jih je mogoče v enem trenutku med seboj linearno povezati. Kompleksnost skupnosti se kaže tako v številu in različnih članih kot tudi v njihovi interakciji, povezanosti in integriranosti.
- Je **avtopoetski sistem**, kar pomeni, da se mora nenehno ustvarjati, proizvajati in skrbeti za svoje obnavljanje. Skupnost je socialni sistem, ki sam sebe definira kot skupnost, se samoustvarja in samoohranja.

- Je **netrivialen sistem**, kar pomeni, da ga ne moremo raziskovati enako kot trivialne sisteme. Netrivialni sistemi so nepredvidljivi, odvisni od časa in zgodovine interakcij, analitično nedoločljivi in zaradi tega nenapovedljivi. Skupnost pa je sestavljena iz živih bitij, ki so že sama po sebi netrivialna.
- Je **evolucijski sistem**. Evolucijska skupnost je učeč se sistem, sposoben prepoznavati svoje potrebe in probleme in jih tudi zadovoljevati oziroma reševati. Gre za skupnost, ki se zaveda samega sebe in svojega stanja.
- Je **struktura-proces**. Skupnost je sistem, oziroma struktura-proces, ki je sestavljen iz strukture (posameznih delov in povezav) in procesa (spreminjanja, stalnih interakcij).

1.1.3 Pomembne funkcije skupnosti

Skupnost skrbi za organizacijo socialnih dejavnosti, ki jih ljudje potrebujejo v svojem vsakdanjem življenju in tako nosi vsaj pet pomembnih funkcij:

- **ekonomsko funkcijo**, ki zajema proizvodnjo, distribucijo in porabo storitev ter proizvodov;
- **socializacijsko funkcijo**, ki predstavlja zahteve o tem, kdo lahko postane član te skupnosti in kdo ne;
- **socialno kontrolo**, kot so pravila, norme, zakonodaja in sodstvo, ki varujejo skupnost;
- **socialno participacijo**, način kako ljudje sodelujejo v skupnosti in kako se vanjo vključujejo;
- **vzajemno podporo in medsebojno pomoč** (Mesec 2006).

V preteklosti so bile skupnosti v primerjavi z današnjim časom bolj zaprte. Njihove meje so bile relativno jasne, člani so bili stalni, hkrati pa so z drugimi skupnostmi imele manj povezav. Posameznik je pripadal manjšemu številu skupnosti, večinoma eni sami, v katero je bil že rojen. Ta skupnost je bila vezana predvsem na prostor in je poskrbela za zadovoljitev večine njegovih potreb, tako fizičnih, psihičnih kot duhovnih. Spremembe v družbi, ki se kažejo predvsem v večji mobilnosti, migracijah, mešanju kultur in vse daljši odsotnosti ljudi od doma, imajo posledice tudi na skupnost. Tako se pojavljajo vedno nove oblike skupnosti (npr. virtualne skupnosti), ki so bolj odprte in manj vezane na geografske oziroma prostorske dejavnike. Bivanjske skupnosti oziroma soseske niso več primarne skupnosti, kjer bi se vsi med seboj poznali in skrbeli drug za drugega, temveč gre za zelo šibke socialne vezi, brez globljih stikov in poznanstev. Iz povedanega lahko zaključimo, da v današnjem času ene

močne, trdne (lokalne) skupnosti ni več, zaradi česar so ljudje prisiljeni pripadati številnim različnim skupnostim (Jeriček 2004: 58-59).

Značilnost sodobnega sveta so *mrežne strukture*, ki določajo kakovost posameznikovega življenja. Ljudje niso izolirani posamezniki, temveč so med seboj povezani v kompleksna omrežja medsebojnih odnosov. Velik del stališč se oblikuje, vzdržuje ali spreminja prav v odnosih in interakcijah posameznika z zanj pomembnimi ljudmi. Družbene spremembe so v zadnjih desetletjih tudi tu privedle do vse svobodnejše izbire v posameznikovem družbenem življenju. Tradicionalne oblike družbenega življenja (razred, družbeni status, spolne vloge), ki so bile posamezniku v preteklosti dane vnaprej, danes vse bolj izgubljajo svoj pomen. Posameznik je sedaj soočen z različnimi možnostmi tako pri oblikovanju svojega življenja, kot tudi pri vzpostavljanju odnosov z drugimi (Dremelj, Nagode 2005: 281).

1.2 SOCIALNA OMREŽJA

Socialna mreža je določena z množico enot, ki jih povezujejo socialne vezi (Iglič 1988: 82). Garton, Haythornthwaite in Wellman (1997: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>) jo primerjajo z računalniško mrežo, v kateri so električne naprave v mrežo povezane preko električnih kablov. Socialna mreža pa so ljudje, medsebojno v mrežo povezani s socialnimi odnosi, kot je na primer prijateljstvo. Socialno mrežo lahko opredelimo kot *splet odnosov*, skozi katere so ljudje medsebojno povezani. Ti odnosi so lahko podporni ali ne, lahko so pogosti ali redki, neposredni ali posredni (virtualni), zaprti, intenzivni ali na distanci. Sama kakovost, namen in delovanje socialne mreže so lahko odvisni od številnih dejavnikov. Na primer goste, močne in široko razširjene socialne mreže posamezniku omogočajo večjo socialno vključenost. Socialne mreže so del posameznikovih širših socialnih odnosov in norm, ki omogočajo dosegati njegove osebne cilje in posledično družbo držijo skupaj. Preko le-teh se posameznik vključuje v socialno okolje in v njem aktivno deluje (Pierson 2002, v Zrim Martinjak 2006: 43).

Pri analizi socialnih mrež se raziskovalci osredotočajo predvsem na preučevanje medsebojnih socialnih odnosov in relacij med enotami. Kot enote lahko v analizi nastopajo posamezniki, skupine, formalne organizacije, industrijske veje, ipd. Glavni fokus tovrstnih analiz so vzorci odnosov in relacij, proučevanje toka informacij, ter vplivov, ki jih ima mreža na njene enote. Tako socialno mrežo predstavlja akterjevo socialno okolje, pri čemer je njegovo vedenje v

veliki meri odvisno od njegovega položaja v njej (Iglič 1988: 82, glej tudi Garton, Haythornthwaite in Wellman 1997: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>).

Socialna mreža torej pomeni povezavo posameznika z drugimi ljudmi v njegovem okolju, pri tem pa ločujemo med **neformalnimi** in **formalnimi** socialnimi mrežami. Neformalne socialne mreže vključujejo stike z družino, sorodstvo, sosede in prijatelje, na katere se lahko človek v primeru potrebe opre. Med formalne mreže pa spadajo vsi formalizirani stiki posameznika z njegovim okoljem. V tej luči je socialno delo usmerjeno na spodbujanje, ohranjanje obstoječih neformalnih, primarnih socialnih mrež kot pomembnih virov pomoči ljudem v njihovem življenjskem okolju. Hkrati pa socialni delavci razvijajo formalne socialne mreže, s pomočjo katerih zagotavljajo potrebne socialne storitve (Milošević Arnold, Postrak 2003: 23).

»Socialno omrežje vključuje relativno stabilne vezi, ki jih posameznik vzdržuje s svojim socialnim okoljem. Te vezi so lahko realizirane v smislu, da posamezniku v trenutku merjenja omogočajo dostop do različnih resursov (na primer, pomoč v gospodinjstvu, informacij in denarja), ga povezujejo v organizacijske kontekste (v delovno okolje in prostovoljne organizacije), ali zadovoljujejo njegove potrebe po intimnosti in sociabilnosti. Lahko so latentne, kar pomeni, da se bo posameznik obrnil nanje šele takrat, ko se bo znašel pred problemom ali v stiski. Množica realiziranih in latentnih vezi v posameznikovem okolju tvori njegov ego-centrično omrežje.« (Iglič 2001: 170)

Posameznikova socialna mreža pogojuje njegovo stopnjo vključenosti na socialnem nivoju in določa kakovost njegovega življenja. Šibke socialne mreže depriviligirajo posameznike pri socialni podpori in neformalni pomoči, ki ju potrebujejo za aktivno sodelovanje in dostop do socialnega življenja. Ločujemo bazične socialne mreže, ki nam omogočajo preživetje. So zaprte, podporne, vpletene v vsakodnevne odnose z družino, prijatelji in sosesko, zanje pa so značilne močne socialne vezi. Druge socialne mreže nam omogočajo napredovanje. Posamezniku in družinam omogočajo pridobiti ključne informacije o delu, izobraževanju, usposabljanju in drugih področjih za katere je posameznik zainteresiran. Pri njih so v ospredju šibke socialne vezi, a kljub temu lahko omogočajo večje dosežke kot prve (Zrim Martinjak 2006: 43-44).

1.2.1 Značilnosti socialnih omrežij

Nekateri avtorji (Walker, MacBride in Vachon 1977, Vaux 1988, v Hlebec, Kogovšek 2003: 115) med pomembne značilnosti socialnih omrežji štejejo velikost in gostoto omrežja, ter moč in homogenost vezi.

- **Velikost:** Velika omrežja omogočajo večjo dostopnost do virov socialne opore. Imeti večje omrežje, pomeni večjo razpršenost potencialne obremenjenosti zaradi pomoči in tako manjšo verjetnost, da bo katerikoli odnos zaradi pomoči preveč obremenjen. Večje kot je omrežje, večja je verjetnost, da bo posameznik imel hitro na voljo nekoga, ki mu bo lahko pomagal. Medtem, ko je v manjšem omrežju večja verjetnost, da katerikoli član v tistem trenutku ne bo dostopen. Večja omrežja so običajno tudi manj gosta, bolj raznolika, vsebujejo člane z različnimi kompetencami in so bogatejši in bolj raznolik potencialni vir pomoči, ponujajo širši pogled na določen problem in možnosti njegovega reševanja (Hlebec, Kogovšek 2003: 115-117).
- **Homogenost / heterogenost:** Homogene socialne mreže so manjše in imajo značilnosti tradicionalnih delovnih skupin in lokalnih skupnosti, zaradi česar so zmožne dolgoročno ohranjati obstoječe, njim lastne vire pomoči. Prav te mreže pa pogosto služijo kot primerjava za proučevanje modernejših oblik socialnih mrež, kot so na primer virtualna socialna omrežja oziroma skupnosti. Za večje socialne mreže je značilna večja heterogenost (raznovrstnost) med člani in večja kompleksnost vezi med njimi. Tako je za večje heterogene skupnosti, ki so nastale s pomočjo spleta in računalniško posredovane komunikacije značilno, da so primernejše za pridobivanje novih virov pomoči (Garton, Haythornthwaite in Wellman 1997: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>).
- **Gostota:** Večja raznolikost se povezuje z manjšo gostoto omrežja. Bolj raznolika omrežja so lahko zelo učinkovita, še posebej ob pomembnih življenjskih spremembah, kot je na primer iskanje nove zaposlitve, ločitev, izguba partnerja. Slabost le-teh pa je, da njihovo vzdrževanje zahteva več napora in večjo možnost nastanka konfliktov med preveč različnimi perspektivami posameznikov. Gostejša omrežja omogočajo večjo stopnjo socialne opore in znižajo stopnjo stresnosti. Kajti manjša in gosteje povezana omrežja so lahko boljši in zadovoljivejši vir pomoči, saj neformalna opora v veliki meri prihaja s strani le-teh. Po drugi strani pa večja gostota omrežja oporo lahko ovira s tem,

da ne spodbuja alternativnih in novih virov socialne opore (Hlebec, Kogovšek 2003: 115-117).

- **Moč vezi:** Vezi se pogosto ločuje na močne in šibke, vendar pa so opredelitve obeh vrst glede na kontekst uporabe lahko zelo različne. Močne vezi vključujejo intimne odnose in pogoste stike med prijatelji in družino, ki so vir neformalne medsebojne pomoči. V teh primerih je za posameznike značilno, da so svoje vire, s katerimi razpolagajo v večji meri, pripravljeni deliti z ostalimi. Za razliko od močnih vezi, za šibke velja, da so stiki med posamezniki manj pogosti in neintimni (npr. med sodelavci, ki ne opravljajo skupnih delovnih nalog oziroma nimajo prijateljskih odnosov). Ker so posamezniki s šibkimi vezmi člani različnih socialnih mrež, omogočajo dostop do različnih virov pomoči. Vendar pa ravno zaradi šibkosti vezi obstaja večja verjetnost, da teh virov ne bodo pripravljeni deliti z ostalimi (Garton, Haythornthwaite in Wellman 1997: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>).

Poleg strukturalnih lastnosti omrežja kot sta velikost in gostota, sta pomembni tudi sestava omrežja in s tem implicirana kakovost omrežja oziroma kakovost pomoči, ki jo lahko nudijo njeni člani (Hlebec, Kogovšek 2003: 115-117). Socialne odnose določajo socialne mreže, zaupanje in socialne norme. Primarno naravo odnosov je težko določiti. Člani skupine se z njo identificirajo zaradi njihovih socialnih vezi, ki vključujejo družino, etnično skupino, sosede v soseski, ljudi s širše skupnosti, šolske prijatelje, sodelavce, bivše sodelavce, ljudi iz klubov, cerkve, prostovoljnih organizacij in lokalnih aktivnosti (Zrim Martinjak 2006: 43).

1.2.2 Vrste socialnih omrežij

Poznamo dve osnovni vrsti socialnih omrežij:

- **Popolno omrežje** sestavlja skupina posameznikov, med katerimi je definirana ena ali več relacij (tipičen primer je šolski razred). Te relacije so lahko različnih vrst, na primer, evalvacija osebe (izraženo prijateljstvo, spoštovanje), pretok materialnih in nematerialnih virov (poslovne transakcije, izmenjave različnih oblik socialne opore), pripadnost (obisk dogodka, članstvo v društvu), interakcija (pogovarjanje, pošiljanje sporočil), biološka relacija (sorodstvene povezave) in druge (Dremelj in drugi 2004: 48, gl. tudi Kogovšek, Ferligoj 2003: 129-130). V primerih popolnih omrežij, slednja opisujejo vezi, ki jih vsi člani populacije vzdržujejo z vsemi ostalimi, pri čemer vsak član odgovarja o vsakem

drugem članu omrežja (Garton, Haythornthwaite in Wellman 1997: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>).

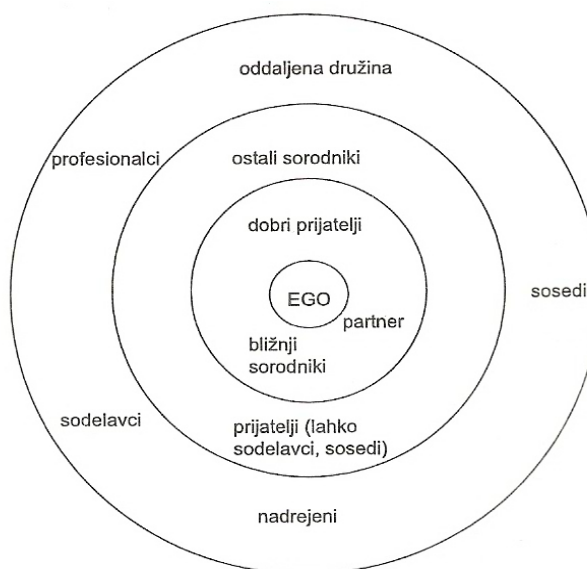
- **Osebnostno (egocentrično) omrežje** pa tvori posamezna enota imenovana ego, z eno ali več relacijam, definiranimi med njo in določenim številom drugih enot (alterjev). Tu nas zanimajo relacije med posameznim egom in njegovimi alterji, pri čemer pa ego odgovarja o vseh članih svojega omrežja (Dremelj in drugi 2004: 48, gl. tudi Kogovšek, Ferligoj 2003: 129-130). V egocentrično omrežje posameznika »...so vključeni le tisti akterji in socialne vezi med njimi, ki so s strani fokalnega akterja (ega) prepoznani kot prisotni v mreži« (Iglič 1988: 82). Vez med egom in alterjem je lahko različna, razlikuje se po obliki (intenziteti) in vsebini (razlog pojavljanja) vezi (Iglič 1988: 82).

Egocentrično omrežje lahko razdelimo na tri koncentrične kroge, ki predstavljajo osebno omrežje posameznika (slika 1). V središče teh krogov je postavljen posameznik – ego, znotraj teh koncentričnih krogov okrog njega, pa je njegovo osebno omrežje. Ko se premikamo iz središča proti zunanjemu krogu, pomembnost članov omrežja ki se v teh krogih nahajajo upada. Kahn in Antonucci (v Hlebec, Kogovšek 2006: 52 - 54) navajata tipične značilnosti posameznih krogov omrežja:

- Prvi krog (prvo omrežje): Predstavlja zelo tesne in stabilne vezi med partnerji, najbližjo družino in tesnimi prijatelji. Članstvo v njih se redko spreminja, osebe v njem pa zavzemajo več različnih vlog hkrati (nudijo različne vrste opore). Poimenovali bi ga lahko tudi emocionalno-intimno omrežje, kajti v njem so osebe, ki so posamezniku zelo blizu, s katerimi razpravlja o zelo osebnih problemih in je z njimi tesno in intenzivno povezan. Gre za majhno in gosto povezano omrežje.
- Drugi krog (drugo omrežje): Članstvo v njem se s časom spreminja, člani pa imajo eno ali več različnih vlog in so običajno že specializirani za nudenje določene opore. Predstavnik tega omrežja tipično predstavljajo razširjena družina, prijatelji na delovnem mestu, sosedi in podobno. Z njimi si posameznik izmenjuje usluge, odnosi niso nujno intimni, so pa praviloma recipročni.
- Tretji krog (tretje omrežje): Članstvo v njem je časovno zelo spremenljivo, vezi so izenačene z vlogo, med predstavnike pa prištevamo oddaljeno družino, specialiste različnih strok (zdravniki, odvetniki,...), sodelavce in sosede. Je relativno veliko omrežje, ki ga lahko poimenujemo tudi informacijsko-instrumentalno omrežje. Le-to posamezniku zagotavlja usluge in funkcije, ki jih znotraj emocionalno-intimnega in socialnega omrežja ne more dobiti. Pogosto gre za zelo specializirane oblike opore, kot je iskanje nove

zaposlitve, pravna pomoč, nakup novega stanovanja in podobno. To omrežje je redko, njegovi člani se praviloma med seboj ne poznajo, vezi med njimi pa so šibke.

Slika 1.1: Diagram treh koncentričnih krogov



vir: Hlebec, Kogovšek 2006, str. 53

Zemljevid življenjskega sveta (eko-zemljevid) tudi v socialnem delu uporabljamo kot pripomoček pri raziskovanju virov in sredstev v življenjskem svetu uporabnika. S pomočjo tega zemljevida in treh koncentričnih krogov uporabnik in socialni delavec prepoznavata, ter ocenjujeta sredstva in vire socialne opore, ki bodo uporabniku pomagali doseči zastavljen cilj.

1.3 SOCIALNA OPORA

Vaux (1988, v Kogovšek *et al.* 2004: 61) definira omrežje socialne opore kot »manjši segment celotnega socialnega omrežja, na katerega se posameznik lahko obrne po pomoč. Omrežje socialne opore naj bi imelo relativno stabilno velikost in sestavo, razen v obdobju večjih življenjskih sprememb in prehodov«. Izmed več različnih opredelitev pojma socialna opora, ki jih je moč najti v literaturi, bi socialno oporo najsplošneje lahko opredelili kot »občutek pripadnosti ter sprejemanja in skrbi pri pomembnih drugih« (Kogovšek, Ferligoj 2003: 131).

Zgodnejše definicije socialne opore so večinoma poudarjale emocionalno razsežnost. Predvsem kot občutek pripadnosti, ter sprejemanja in skrbi s strani pomembnih drugih.

Novejše opredelitve pa poudarjajo, da je socialna opora tudi kompleksen interakcijski in komunikacijski proces med ljudmi. Eden prvih teoretikov, ki so precej močno vplivali na poznejše raziskovanje socialne opore v kontekstu socialnih odnosov in njegove povezanosti z zdravjem in počutjem, je bil Durkheim. V svoji študiji o samomoru je poudarjal pomen socialnih odnosov, ter ugotovil, da njihovo pomanjkanje poveča možnost samomora (Hlebec, Kogovšek 2003: 103-104, 2004: 15-16).

Začetniki sistematičnega raziskovanja socialne opore, ki so prav tako izhajali iz emocionalnega vidika opore so Cassel, Caplan in Cobb (v Hlebec, Kogovšek 2003: 103-104, 2004: 15-16):

Cassel je izhajal iz prepričanja, da je raziskovanje psihosocialnih procesov izjemno pomembno za razumevanje bolezenskih stanj in da socialna opora igra ključno vlogo pri boleznih povezanih s stresom. Poudarja, da sta stres in opora v nekaterih situacijah neločljivo povezana in hkrati opozarja, da je določena vez lahko vir opore, kot tudi vir stresa.

Caplan je podobno kot Cassel oporo videl kot dejavnik zaščite pred stresom. Natančneje je opredelil tri vrste pomoči, ki jih zagotavlja takšen sistem opore, ki bi jih z danes uveljavljeno terminologijo poimenovali emocionalna, materialna in informacijska opora.

Tudi **Cobb** je socialno oporo razumel izrazito v kontekstu zaščite pred stresom in kot dejavnik dobrega počutja, a jo je natančneje opredelil kot informacijo. Informacijo, ki posamezniku omogoča, da se zaveda, da je ljubljen, sprejet in spoštovan, ter da pripada sistemu komuniciranja in vzajemnih obveznosti. Prav vzajemnost, ki vpliva na zadovoljstvo z življenjem in občutek sreče pa je eden pomembnejših dejavnikov za proučevanje socialne opore.

Poznejši teoretiki in raziskovalci socialne opore (npr. Thoits) kljub priznavanju socialne opore kot kompleksnega večrazsežnostnega pojma še vedno poudarjajo primarni pomen emocionalne opore najpomembnejših drugih kot najmočnejšega pojasnjevalnega dejavnika za zmanjševanje stresa in njegovih posledic za zdravje in dobro počutje.

Thoits (1985, v Hlebec, Kogovšek 2003: 104-105) poudarja **pomen socialnih vlog** vsaj na tri načine:

- Socialne vloge priskrbijo serijo ***socialnih identitet*** in dajejo odgovore na temeljna eksistencialna vprašanja. Življenju dajejo pomen, namen, smisel, zagotavljajo občutek varnosti in umeščenosti, ter s tem zmanjšujejo občutke strahu in negotovosti. Prav umeščenost v socialne vloge pa je bistvo socialne integriranosti na ravni posameznika. Tako je posameznik vpleten v omrežje urejenih odnosov z drugimi, v kompleksen sistem vzajemnih pravic in dolžnosti, ki mu dajejo občutek pripadnosti, kot ene temeljnih značilnosti socialne opore.
- Socialne vloge so pomembne kot viri ***samospoštovanja***. Skozi njih posamezniki pridobijo ocene samih sebe kot ljubezni vrednih, pomembnih in kompetentnih posameznikov. Pozitivne ocene posameznika s strani drugih se štejejo kot sestavni del emocionalne opore. Če pa posameznik ne izpolnjuje določenih kulturno pogojenih pričakovanj o vedenju, ki se od človeka v določeni vlogi pričakujejo, se lahko zgodi, da je s strani drugih nesprejet. To je lahko vir stresa in konflikta, ki vzbuja občutke krivde, osramočenosti, zaskrbljenosti, obupa.
- Socialne vloge so ***vir občutka nadzora nad stvarmi***. Občutek nadzora posameznik dobi iz ustreznega delovanja v okviru socialnih vlog. Uspešni poskusi obvladovanja nalog povezanih s socialnimi vlogami, prinašajo občutke zadovoljstva, veselja, ponosa, kar prispeva k dobremu počutju, ter zmanjšuje stres in njegove posledice.

Novejše opredelitve avtorjev Housa, Vauxa, Burlesona pa poudarjajo, da je socialna opora tudi kompleksen interakcijski in komunikacijski proces med ljudmi. Vaux (1988, v Hlebec, Kogovšek 2003: 105-106) socialno oporo opredeljuje kot kompleksen pojem višjega reda in jo deli na tri osnovne elemente, ki jih povezuje kompleksna dinamika procesov izmenjave in komuniciranja med posameznikom in njegovim socialnim okoljem:

- ***Viri socialne opore*** predstavljajo del socialnega omrežja, na katerega se posameznik obrača po pomoč in oporo. Značilnosti omrežja socialne opore vplivajo na njegovo vrednost, koliko je občutljivo, dostopno in zmožno kot vir opore. Omrežja socialne opore so torej vir, na katerega se posameznik lahko opre. Prav tako pa tudi odnosi, ki so na splošno in praviloma učinkovit vir opore, lahko v konkretni situaciji ponudijo ustrezno oporo.
- ***Oblike socialne opore*** so specifična dejanja oziroma vedenja, ki se vsaj večinoma priznavajo kot dejanja z namenom pomoči posamezniku, bodisi spontano ali na prošnjo za pomoč. Kljub dobrim namenom, pa dejanja opore nujno ne pomagajo ali niso razumljena kot oporna. Kakšen bo izid je odvisno predvsem od vrste dejavnikov, kot so

količina, oblika opore, časovnega trenutka in narave odnosa med prejemnikom in dajalcem opore.

- ***Subjektivna zaznava oziroma ocena virov in oblik socialne opore.*** Je ocena prisotnosti, zadostnosti in kakovosti te opore. Je kazalec, ki kaže kako dobro socialna opora deluje in kako dobro izpolnjuje svoj namen (Vaux 1988, v Hlebec, Kogovšek 2003: 105-106). Zaznava socialne opore je subjektivna evalvacija virov socialne opore. Prvi vidik evalvacije zadeva prisotnost virov socialne opore, kar se razume kot mnenje ali vedenje posameznika, da se lahko v določeni situaciji obrne k nekomu po pomoč. Drugi vidik evalvacije je zaznava kvalitete in količine socialne opore. Tako prisotnost virov opornih dejanj, kot tudi kvaliteta in količina teh dejanj pomembno vplivajo na posameznikovo dobro počutje in zdravje v obliki neposrednega in zaščitnega učinka (Iglič 1989: 7-8).

1.3.1 Modeli socialne opore

- *Model socialne opore kot zaščite*

Je izšel iz že omenjenih tez zgodnjih teoretikov in raziskovalcev socialne opore, ki jo opredeljujejo kot dejavnik zaščite pred stresnimi življenjskimi situacijami. Boljša oziroma ustrežnejša socialna opora je po njihovem pričevanju ključni dejavnik, ki posreduje v stresnih okoliščinah in odločilno prispeva k zmanjšanju psiholoških pritiskov ali celo preprečuje ali zmanjša možnost za nastanek fizičnih obolenj. Oporo postavljajo kot zaščitni zid med posameznikom in stresnimi dejavniki oziroma okoliščinami.

- *Model splošnih učinkov opore*

Je izšel iz modela socialne opore kot zaščite. Prav tako se ukvarja z oporo v pomenu njenih neposrednih učinkov na zdravje in dobro počutje. Izhaja iz domneve, da socialna opora, ne glede na stresne procese, na splošno pozitivno učinkuje na psihično in fizično zdravje in dobro počutje. Splošni učinki socialne opore po tem modelu delujejo pozitivno, ne glede na to ali se stresne okoliščine pojavljajo ali ne.

- *Model percipirane opore*

Bistvo percipirane oziroma razpoložljive opore je predvsem na poročilu prejemnika opore, katera dejanja drugih je opazil kot takšna, ki so mu pomagala ali pa so vsaj imela tak namen. Subjektivna izkušnja opore ni toliko povezana s tem, kar se dejansko naredi oziroma s samim z dejanjem opore, temveč v večji meri s tem, kako je to, kar je bilo narejeno, interpretirano.

- *Model dobljene opore*

Oporo opredeljuje v smislu dejanj opore, ki jih ljudje dobijo od drugih ljudi. Model socialno oporo opredeljuje kot izvedeno oporo, ki se osredotoča na specifična konkretna dejanja drugih. Izvedbena opora zajema konkretna dejanja opore oziroma opornega vedenja v določenem časovnem obdobju, ne pa miselnih predstav in percepcije te opore. Dobljena opora je rezultat mnogih dejavnikov in sicer razpoložljivosti, veščine posameznika, da se spopade s stresnimi situacijami in tega, kako potencialni dajalci pomoči zaznavajo resnost težav, v katerih se je znašel posameznik.

- *Model socialne integriranosti*

Se osredotoča na raziskovanje socialne opore skozi omrežja, ki socialno oporo nudijo. Raziskuje bodisi širše vezi v okviru lokalne oziroma soseske skupnosti bodisi bolj intimnejše vezi med pomembnimi drugimi. Ta pristop se osredotoča na integriranost posameznika v skupino oziroma v omrežje, ter stopnjo povezanosti znotraj skupine. V času tehnologije pa lahko večjo socialno integriranost omogočajo tudi internet in druge oblike računalniško posredovanega komuniciranja.

- *Model socialne opore kot transakcijskega procesa*

Oporo opredeljuje in obravnava kot »kompleksen stalen transakcijski proces med osebo in njegovim/njenim omrežjem«, te transakcije pa »potekajo znotraj spreminjajočega se ekološkega konteksta« (Vaux 1988, v Hlebec, Kogovšek 2003: 114). Znotraj tega procesa deluje cela vrsta dejavnikov, ki nanj vplivajo, to je od osebnih (vedenje, osebne značilnosti) do kontekstualnih (stresne okoliščine, značilnosti omrežja, vrste socialnih vlog) (povzeto po Hlebec, Kogovšek 2003: 107-114, 2004: 18-27).

1.3.2 Oblike socialne opore

Oblike socialne opore so specifična dejanja oziroma vedenja, ki se običajno priznajo kot dejanja z namenom pomoči (spontano, ali s prošnjo posameznika za pomoč). Oblike socialne opore lahko uvrstimo v štiri večje skupine:

- ***Instrumentalna (tudi materialna) opora*** se nanaša na izmenjavo materialnih uslug, manjših storitev, denarja in podobno (posojanje denarja, orodja, pomoč pri hišnih opravilih). Večinoma osebe, ki zagotavljajo materialno oporo pomenijo manj stabilen del posameznikovega osebnega omrežja. Materialno oporo običajno zagotavljajo

specializirane osebe, ki za posameznika niso nujno osebno pomembne in ki so funkcionalno zamenljive.

- **Informacijska opora** se nanaša na informacije, ki jih posameznik običajno potrebuje ob večjih življenjskih spremembah, kot so selitev, iskanje nove službe, ipd. Zagotavljajo jo osebe, ki so tesno povezane s posameznikom, po možnosti v geografski bližini, saj gre za dolgotrajnejšo pomoč.
- **Emocionalna opora** je pomoč ob večjih ali manjših življenjskih krizah, kot so smrt bližnjih, ločitev, težave v družini ali težave na delovnem mestu. Običajno jo zagotavljajo osebe, ki so s posameznikom močno in intimno povezane.
- **Druženje** predstavlja socialno oporo v obliki neformalnega občasnega druženja, kot so izleti, obiski, kino, ipd. Neformalno druženje zagotavlja občutek pripadnosti in izpolnjuje potrebo po socialnih stikih (Hlebec, Kogovšek 2003: 107, Hlebec 2001: 68).

Neformalno oporo in druženje v veliki meri nudijo predvsem partner, prijatelji in sorodniki, ki s posameznikom delijo podoben način življenja in skupne interese. Hilary Graham (v Dremelj 2003: 156) navaja pet vidikov neformalne opore oziroma pomoči:

- je opora nudena drugim, neformalni sektor pa je vir opore za posameznikove potrebe, ki ga lahko sestavljajo sorodniki in prijatelji,
- je neinstitucionalna opora in je ločena od države, trga in prostovoljnega sektorja, izvira pa v odnosih znotraj družine in skupnosti,
- je brezplačna in se izvaja na domu uporabnika. Ekonomski stroški neformalne opore so visoki, saj poleg neposrednih stroškov vključujejo še dodatne stroške, kot so stroški za hrano, transport, ter stroški izgubljenih priložnosti za zaslužek,
- vir neformalne opore so sorodniki, saj le-ta izvira iz normativne dolžnosti sorodstva in prijateljstva. V tem pogledu se neformalni sektor razlikuje od prostovoljnega,
- se večinoma nanaša na oporo posameznikom, ki bi drugače potrebovali institucionalno oporo. Gre za otroke in odrasle s posebnimi potrebami, za stare ljudi in za osebe z dolgotrajnimi boleznimi.

Dostop do opore znotraj neformalnega sektorja ni določen toliko s potrebami tistega, ki oporo potrebuje, temveč je odvisen od njegovega dostopa do sorodstvenega omrežja (Dremelj 2003: 156). Neformalne mreže, ki jih sestavljajo sorodniki, prijatelji in sosedje, so nedvomno najpomembnejši vir pomoči posamezniku v življenjski stiski. Podporni odnosi obstajajo na

podlagi povezav med posamezniki. Formalne mreže lahko neformalne le dopolnjujejo, ne morejo pa jih v celoti nadomestiti (Milošević Arnold, Postrak 2003: 179).

Ljudje ob soočanju z različnimi problemi in stiskami pomoč oziroma oporo poiščejo pri različnih osebah. Osebe, ki jih posameznik navede kot vir socialne opore, tvorijo njegovo socialno omrežje za izvajanje socialne opore. Posameznikovo socialno omrežje sestavljajo člani omrežja in odnosi med njimi (Dremelj 2003: 157). Prav odnosi pa so pomembno žarišče socialnega kapitala, torej kapitala, ki ga poseduje posameznik ali družba kot celota in predstavlja pomembno področje s katerim se ukvarja tudi stroka socialnega dela.

1.4 SOCIALNI KAPITAL

»Socialni kapital je dragocena, premalo jasna in težko vidna dobrina. Dragocena zato, ker so s količino te dobrine povezane mnoge spremembe na najrazličnejših področjih in nivojih družbene strukture. Od socialnega kapitala so odvisni dogodki na socialnem, civilno družbenem, političnem, ekonomskem področju, pa tudi trendi na vseh ravneh, od mikro in mezo do makro družbene in internacionalne ravni«. (Dragoš 2002:87)

Socialni kapital obstaja v povezavah med ljudmi. Je neotipljiv (najbolj neotipljiv med vsemi vrstami kapitala) vir, ki ga uporabljamo za reševanje problemov zaupanja, koordinacije in kooperacije. Merimo ga predvsem s številom povezav med ljudmi in močjo teh povezav (Jeriček 2004: 77).

Za dobro razumevanje socialnega kapitala je pomembno, da poznamo tudi pomen in lastnosti ostalih kapitalskih oblik, ter prepletanje le-teh z lastnostmi socialnega kapitala.

- *Naravni kapital* zajema vse naravno razpoložljive fizične potenciale, ki jih lahko uporabimo v produktivne namene (npr. rodovitnost zemlje, rudninska bogastva, vodne vire, lego in izgled pokrajine).
- *Denarni kapital* pomeni tisto količino denarja, ki je namenjena vlaganju v proizvodnjo z motivom, da se doseže večja vrednost od začetne naložbe.
- *Proizvodni kapital* označuje vrednost proizvodjalnih sredstev (surovin, strojev), skupaj s tistimi človekovimi zmožnostmi, ki so aktivirane v procesu produkcije.

- *Blagovni kapital* je tisti del kapitala v proizvodnem in trgovskem procesu, ki je v obliki zalog izdelkov namenjen prodaji.
- *Človeški kapital* pomeni koncentracijo vseh lastnosti oziroma zmožnosti v individualnih telesih in zlasti v glavah posameznikov, ki jih je mogoče produktivno uporabiti (npr. pridobljene izkušnje, obvladovanje tehničnih in socialnih veščin, stopnja izobrazbe, psihična kondicija, genske predispozicije in večkrat tudi atributi, kot so starost, spol ali videz).
- Posebno velja omeniti tudi *duševni kapital*, ki predstavlja del človekovega kapitala in zavzema psihične potenciale posameznikov (talente). Ti se lahko realizirajo le skozi ustrezno socializacijo in v naklonjenih socialnih razmerah, sicer pa ne pridejo do izraza in se manjšajo že če jih ignoriramo (Dragoš 2002: 74).

1.4.1 Lastnosti socialnega kapitala

Socialni kapital ima štiri podobne lastnosti, kot druge kapitalske oblike (Dragoš 2002: 74-75). Vse kapitalske oblike je potrebno razumeti kot **družbeni odnos** in ne kot stvar. Kajti kapitalske postanejo šele s pogojem, da jih aktiviramo in uporabimo, kar pa je mogoče le v relacijah z drugimi posamezniki in skupinami. Dokler pa take relacije niso vzpostavljene, lahko govorimo le o potencialu socialnega kapitala, kajti brez odnosov ni kapitala, niti socialnega niti drugačnega. **Učinkovitost** označuje bilanco med vložki in učinki, torej primerjavo razmerij med ključnimi sestavinami ob začetku in koncu aktivacije socialnega kapitala. Torej se lahko nekateri elementi socialnega kapitala pomnožijo ali pa obrabijo, odvisno od načina njihove uporabe. **Manifestnost** pomeni sposobnost, da kapital obnavlja samega sebe in to najbolj takrat, ko je navzven viden in očiten. **Uspešnost** pa se nanaša na tisto, kar z njim dosežemo. Z uporabo je mogoče realizirati določene cilje, ki jih brez socialnega kapitala ne bi mogli uresničiti.

Pojem *socialno* ločuje socialni kapital od drugih oblik kapitala. Socialni kapital ima drugačne karakteristike, saj so zanj zaupanje, vzajemnost in izmenjava informacij značilnejše. Pridevnik *socialen* pomeni, da je vpletenih več oseb in da je skupinska oziroma kolektivna akcija za ustvarjanje tega kapitala nujna. Iz samostalnika kapital pa sledi, da gre za pomembne socialne posledice oziroma učinke, če je bistvo opredeljeno kot kapital (Zrim Martinjak 2006: 39).

1.4.2 Definicije socialnega kapitala

Večina avtorjev, ki se ukvarjajo s socialnim kapitalom, se strinja, da obstajajo tri osnovne definicije. Prva temelji na delih **Bourdieuja**, ki velja za enega od začetnikov teorije socialnega kapitala. Bourdieu (1986, v Frane, Rončević 2003: 8) socialni kapital definira »kot agregat dejanskih in potencialnih resursov, ki so povezani s posedovanjem trajnih omrežij bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznanstva in prepoznavanja ali, z drugimi besedami, s članstvom v skupini, ki vsakemu od članov nudi podporo kolektivno posedovanega kapitala«. Torej naj bi bil socialni kapital skupek akterjevih dejanskih in potencialnih resursov, ki se navezujejo na lastništvo trajnih omrežij, bolj ali manj institucionaliziranih odnosov vzajemnega poznanstva in prepoznavanja, oziroma s članstvom v skupinah. To preskrbi vsakemu članu podporo kapitala, ki je v kolektivnem lastništvu, in zagotovilo, da mu drugi lahko zaupajo. Obseg posameznikovega socialnega kapitala je odvisen predvsem od velikosti omrežja poznanstev, ki ga lahko učinkovito mobilizira in od velikosti kapitala, tako ekonomskega, kulturnega, simboličnega, ki ga ima vsaka od oseb v svojem omrežju (Vidovič 2003: 172). Ključna ideja Bourdieujeve teorije je v tem, da so izvor socialnega kapitala socialne mreže in ne posameznik niti širša družba. Socialni kapital je tako kakovostni izraz kombinacije treh mrežnih lastnosti. Navzoči morajo biti pomembni viri, ki jih vsebuje določeno socialno omrežje. Ti morajo biti dosegljivi za pripadnike mreže in uporabni za posameznike in skupine v smislu uspešnosti in učinkovitosti (Dragoš, Leskošek 2003: 43). Bourdieu opozarja tudi na to, da se brez vlaganj socialni kapital izčrpa, kajti v omrežja je potrebno investirati, odnose pa ohranjati in jih gojiti (Bahovec 2005: 235).

Druga smer je bila formulirana na osnovi **Colmanovega** pristopa, ki je v svoji študiji izobraževalnih učinkov ugotovil, da »je socialni kapital definiran s svojo funkcijo. To ni ena sama entiteta, temveč niz različnih entitet, ki imajo dve skupni lastnosti: vse so sestavljene iz nekega aspekta družbenih struktur in pospešujejo določena delovanja akterjev – bodisi posameznikov ali korporativnih akterjev – znotraj strukture« (Coleman 1988, v Frane, Rončević 2003: 8). Prav tako izpostavi pomembno opažanje, da je tako kot druge oblike kapitala, tudi socialni kapital produktiven tako, da omogoča doseganje določenih ciljev, ki ob njegovi odsotnosti ne bi bili doseženi (Coleman 1990, v Frane, Rončević 2003: 8). Coleman se osredotoča na socialne odnose kot vire socialnega kapitala. Socialni kapital ni uskladiščen v samih posameznikih in se ne nahaja v fizičnih sredstvih, temveč nastaja s tistimi menjavami v medosebnih odnosih, ki pospešujejo akterjevo delovanje. Po njegovih besedah so oblike

socialnega kapitala obveznosti, pričakovanja in zanesljivost strukture, informacijski kanali, norme in učinkovite sankcije (Vidovič 2003: 172-173).

Putnam kot tretji med avtorji teorije navaja, »da se socialni kapital nanaša na obliko družbenih organizacij, kot so zaupanje, norme in omrežja, ki lahko izboljšajo učinkovitost družbe z olajševanjem koordiniranih delovanj« (Putnam 1993, v Frane, Rončević 2003: 8). Torej obliko socialnega življenja, ki usposablja člane, da učinkoviteje delujejo skupaj v sledenju skupnemu cilju. Pri tem definira štiri vire socialnega kapitala: ponotranjene vrednote, omejeno solidarnost, vzajemno menjava in izsiljujoče zaupanje. Zaupanje je torej eden izmed bistvenih virov socialnega kapitala. Kot pravi Putnam: »večji ko je nivo zaupanja v določeni skupnosti, večja je verjetnost kooperacije. In kooperacija sama po sebi množi zaupanje« (Putnam 1993, v Dragoš 2002: 78). Resursi socialnega kapitala so zaloga nespecifičnih, toda potencialno plodnih dejavnikov, ki se kopičijo v sorodne vezi med člani skupnosti in posamezniki izven skupnosti. Socialni kapital je moralni resurs, zaloga katerega ob uporabi narašča, ob neuporabi pa upada. Norme in informacije so najpomembnejše oblike kapitalnih dobrin, v katere so lahko investirani resursi socialnega kapitala (Putnam 1993, v Zrim Martinjak 2006: 39).

1.4.3 Oblike socialnega kapitala

Zaloga socialnega kapitala lahko temelji na formalnih ali neformalnih vezeh, ki so lahko premostitvene oblike, ter manj intenzivnih ali bolj intenzivnih in manj usmerjenih v javno dobro. Putnam je delil socialni kapital v dve obliki (Putnam, v Zrim Martinjak 2006: 46, glej tudi Ellison *et al.* 2007: 1145 - 1146):

Premostitveni oziroma vključujoči (bridging) socialni kapital se kaže v povezovanju različnih socialnih skupin, prisoten je v relacijah med oddaljenimi prijatelji, kolegi in združenji ter predstavlja heterogeno povezanost. Zanj so značilne šibke, manj goste, in bolj raznovrstne vezi med posamezniki, kateri so lahko vir uporabnih informacij in/ali novih perspektiv, vendar pa hkrati ne nudijo emocionalne opore.

Vezivni oziroma izključevalni (bonding) socialni kapital je vezan na homogene povezave in relacije med posamezniki, ki so med seboj močno emocionalno povezani. Zanj so značilne

močne socialne vezi v okviru družine, sorodnikov in bližjih prijateljev, kateri so nosilci emocionalne opore.

Ellison, Steinfield in Lampe (2007: 1146) poleg omenjenih dveh oblik dodajo še *ohranjevalni oziroma vzdrževalni (maintained) socialni kapital*. Le-ta omogoča raziskati ali spletna orodja (aplikacije) omogočajo posamezniku ohraniti svojo socialno mrežo tudi potem, ko se od nje fizično oddalji. Socialne mreže se s časom nenehno spreminjajo kot posledica vzpostavljanja in ukinjanja odnosov med posamezniki skozi njihova različna življenjska obdobja. Tipičen primer sprememb v socialni mreži, ki ima lahko vpliv na posameznikov socialni kapital, je selitev posameznika iz geografskega okolja, v katerem je oblikoval svoje socialno omrežje. S tem izgubi fizičen dostop do virov pomoči socialne mreže iz tega okolja.

Ker sodobna komunikacijska tehnologija omogoča ohranjanje stikov s socialno mrežo, z majhno porabo časa in nizkimi stroški, se pomembnost fizičnega dostopa do virov pomoči v okviru geografskega okolja zmanjšuje. Raziskovalci tega področja so mnenja, da ima intenzivnost uporabe sodobnih oblik komunikacije in s tem vzdrževanja stikov z uporabo spletnih socialnih omrežij pozitiven vpliv na vse tri omenjene oblike socialnega kapitala (Phulari et al. 2010: 94). Glede na to, da se v lastni raziskavi v nadaljevanju osredotočam prav na vpliv uporabe spletnih socialnih omrežij na socialni kapital, bo prikazana delitev predstavljala teoretično osnovo za sestavo vprašalnika.

1.4.4 Socialni kapital in moč vezi

Socialni kapital lahko obravnavamo na treh ravneh socialnega sistema, katere definiramo z močjo socialnih vezi. Te segajo od močnih, šibkih do anonimnih socialnih vezi.

Makro raven zaznamujejo odnosi med ljudmi, ki se ne poznajo in niso člani istih socialnih omrežij. Socialni kapital na makro ravni tako ne zadeva obstoječih socialnih vezi, ampak anonimne oziroma potencialne vezi. Višji, ko je socialni kapital, večja je verjetnost, da bodo ljudje razvili komunikacijo in sodelovanje. Vnaprejšnje zaupanje v druge ljudi pripomore k hitrejšemu spreminjanju možnih v dejanske socialne vezi in k solidarnosti, ki presega meje obstoječih omrežij.

Mikro raven zaznamujejo močne socialne vezi med ljudmi, ki se že dolgo poznajo, se pogosto srečujejo, so v intimnih odnosih in so vključeni v intenzivne procese socialne opore. Gre za notranji krog socialnih omrežij, ki ga oblikujejo posamezniki v skladu s svojimi medosebnimi afinitetami.

Mezzo raven pa je določena s srednje močnimi in šibkimi vezmi med ljudmi, ki so vključeni v skupna omrežja. Čeprav gre med njimi tudi za dolgotrajnejše in pogoste socialne vezi, te niso nujno močne v osebem in intimnem smislu. Takšne vezi se vzpostavljajo v organizacijskih kontekstih na področju dela in prostovoljnih organizacij, ter v večjih neformalnih skupinah znancev in prijateljev (Iglič 2004: 158-159).

Za socialno delo je predvsem odločilno, kaj se dogaja na neformalnih ravneh, daleč pred pragom institucij, predvsem v mikro okolju vsakdanjih družinskih, sosedskih in lokalnih stikov. Prav tu se generirajo razmerja, ki so najtežje vidna in najmanj dosegljiva institucionalnim mehanizmom in vladnim ukrepom, so pa odločilna za količino socialnega kapitala (Dragoš 2002: 73).

Iz definicij socialnega kapitala sledi, da slednji predstavlja socialne mreže in aktivno participacijo v socialnem okolju, ki usposablja posameznika, skupine in skupnosti deliti skupne norme, vrednote, kulturo, navade in običaje. Vse to vzpodbuja zaupanje, vzajemno razumevanje in povezovanje, kar krepi sodelovanje v skupinah ali med njimi z namenom doseči skupen cilj. Prav zato se socialni kapital razume kot posameznikov in družbeni vir, saj je v lasti vseh, tako posameznika kot skupine, saj so tudi njegovih učinkov deležni vsi člani strukture. Pri tem pa jih pogojuje njihovo medsebojno sodelovanje, solidarnost, vzajemnost in medsebojno zaupanje. Gre za investiranje v medosebne odnose, ki je v podporo socialnemu vključevanju in s tem tudi preseganju socialnih neenakosti, različnosti in izključevanja v sodobni družbi (Zrim Martinjak 2006: 45).

Čeprav obstajajo pomembne razlike pri razlagi socialnega kapitala, se večina teoretikov strinja, da se socialni kapital nanaša na omrežja, norme in zaupanje, ter načine, kako vse to akterjem omogoča boljše sodelovanje in učinkovitejše doseganje ciljev. Koncept v središče postavlja družbeno povezanost, družbene odnose, relacije in zaupanje.

1.4.5 Izvor socialnega kapitala

Socialni kapital nastaja v kombinaciji **horizontalnih** in **vertikalnih** vezi. Med *horizontalne* spadajo povezave med posamezniki in skupinami na neformalnih podlagah med sorodniki, sosedi, prijatelji, znanci in krajani, vključno s tistimi formaliziranimi povezavami, v katerih ni bistvene razlike v količini družbene moči med partnerji. Tu najdemo večjo stopnjo participacije v različnih organizacijah, večjo verjetnost prekrivanja oz. kombiniranja različnih socialnih omrežij, večjo prepustnost med organizacijami in socialnimi skupinami. *Vertikalne* povezave se nanašajo na formalizirana hierarhična razmerja, temelječa na avtoritarnih odnosih med lokalnimi in državnimi oblastmi, med nadrejenimi in delavci, učiteljem in učencem, duhovnikom in vernikom, policistom in občanom. Za njih je značilen tudi nizek nivo zaupanja in nizek nivo civilnih iniciativ (Dragoš, Leskošek 2003: 66).

Socialni kapital je v stroki socialnega dela pomemben predvsem zaradi obravnavanja in zajemanja horizontalnih in vertikalnih vezi. Ukvarja se z razmerji recipročnosti, z zaupanjem med ljudmi in z regulacijo omrežij po neformalnih socialnih normah in meri na tiste lastnosti socialnih odnosov med posamezniki, ki omogočajo, da se med njimi razvije sodelovanje - kar pa je bistvo pomoči. Socialnega kapitala ne moremo poljubno ustvarjati, zato pa lahko zanj poskušamo oblikovati bolj ali manj ugodno okolje. V sodobni družbi so poleg kognitivnih spretnosti in veščin potrebne še medosebne in komunikacijske spretnosti, ki jih pridobimo s socialnim učenjem v socialnih mrežah. Znanje in veščine, strnjene v človeški kapital, so pridobljene v socialnem procesu učenja, ki ima svoje mesto v družini, formalnih oblikah izobraževanja in usposabljanja, na delovnem mestu, v vsakodnevni socialni participaciji ter prostočasnih aktivnostih, ki so tipična žarišča socialnega kapitala (Zrim Martinjak 2006: 47). Omrežja poznanstev posamezniku ni prirojeno in tudi ni pridobljeno enkrat za vselej, temveč ga mora posameznik ohranjati s trudom. Da bi se socialni kapital reproduciral, si mora posameznik nenehno prizadevati za družabnost, za kontinuirane menjave, v katerih se prepoznavanje neprestano potrjuje. To delo zahteva čas in energijo, s tem pa tudi posredno ali neposredno ekonomski kapital. Da bi bilo profitabilno in plodno, mora posameznik vanj vložiti specifične kompetence, ki so integralni del socialnega kapitala (Vidovič 2003: 172).

Posameznik si lahko povečuje zaloge socialnega kapitala s širjenjem svojega socialnega omrežja. Čim več ljudi pozna, tem večja je gostota socialnih kontaktov, ki jih lahko mobilizira. Posamezniki, ki so vključeni in aktivno dejavni v raznih asociacijah, kot so

nevladne organizacije, civilnodružbene iniciative, politične stranke ipd., s tem pridobivajo socialni kapital. Posameznik z vstopom v kakšno od asociacij praviloma spozna nove ljudi, ki jih vključi v svoje socialno omrežje (Vidovič 2003: 175). S širjenjem svojega socialnega omrežja posameznik širi svoje vire pomoči, ki so bolj raznoliki in manj obremenjeni ob trenutku pomoči, kot pa v manjših omrežjih. Posameznik se tako zavaruje pred oteženim dostopom do določenih dobrin, ki mu jih to omrežje lahko ponudi - pred socialno izključenostjo.

1.5 SOCIALNA IZKLJUČENOST

Berger-Schmitt in Noll (2000, v Boškić 2005: 185) socialno izključenost razumeta kot pojem, ki opredeljuje onemogočen ali otežen dostop do dobrin ali storitev, različnih posameznikov in skupin prebivalstva. Nasprotni pojem socialne izključenosti je tako socialna vključenost, ki opredeljuje omogočen dostop do dobrin in storitev.

»Socialna izključenost je proces, ki posameznike in družine, skupine in soseske prikrajšuje za sredstva, potrebna za sodelovanje pri družbenih, ekonomskih in političnih dejavnostih družbe kot celote. Ta proces je predvsem posledica revščine in nizkih dohodkov, toda krepijo ga še drugi dejavniki, kot so diskriminacija, nizka izobrazba in slabe življenjske razmere. V tem obdobju so ljudje za daljši čas odrezani od ustanov in storitev, družbenih mrež in priložnosti za razvoj, ki jih uživa velika večina družbe« (Pierson 2002, v Zrim Martinjak 2006: 42). Nedvomno pa v današnjem času socialna izključenost ne opredeljuje le materialnega pomanjkanja in ni usmerjena izključno na revščino, temveč se navezuje tudi na socialne odnose, stopnjo posameznikove udeležbe v socialnem življenju, ter na možnost sprejemanja zanj pomembnih odločitev. Kajti človek je socialno bitje, ki večino svojega časa preživi prav v stiku z drugimi. Tako lahko trdimo, da je socialna izključenosti tudi močno povezana s kategorijo medosebnih odnosov. Značilnost sodobnega sveta so prav mrežne strukture oziroma socialne mreže, ki pogojujejo posameznikovo stopnjo vključenosti in v veliki meri določajo kakovost posameznikovega življenja (Zrim Martinjak 2006: 41-43). Zato se koncepti socialnega vključevanja in zmanjševanja družbenih neenakosti začnejo v skupnosti. O socialnem vključevanju namreč ni mogoče govoriti, če ljudje nimajo dostopa do najosnovnejših virov in so izključeni iz odnosov, ki omogočajo družbeno sodelovanje (Dragoš, Leskovšek 2003: 62).

V začetni fazi, ko se potencialna skupnost oblikuje, vzpostavlja in ko še ni čutiti celote, je skupnost odprta za vse ljudi. Pozneje, ko pride do samoorganizacijskih procesov, ko se oblikuje kondenzacijsko jedro oziroma dovolj povezovalnih elementov, ki omogočijo, da se člani s skupnostjo identificirajo, se zgodi, da se skupnost za druge člane zapre. Predvsem za tiste, ki bi lahko rušili kondenzacijsko jedro te skupnosti, kajti povezovalni elementi pomembno vplivajo na to, koga skupnost vključuje oziroma izključuje (Jeriček 2004: 214-225).

V vseh okoljih doživljajo številne družbene skupine zaradi svojih psihofizičnih značilnosti izkušnjo socialne izključenosti. Socialna izključenost kot novejši koncept izhaja iz socialne politike in se povezuje s konceptom kakovosti življenja, saj izhaja iz nadzora nad viri, s katerimi posameznik zadovoljuje svoje potrebe na različnih področjih. Slab nadzor in odsotnost nadzora nad viri pomeni, da posamezniki ne morejo zadovoljiti svojih potreb, kar povzroči slabšo kakovost njihovega življenja (Škerjanec 2005: 48).

Ker pa je profesija socialnega dela specializirana za izvajanje pomoči, je (ne)moč drugih osrednje vprašanje njenih storitev. Tako posameznik in cele skupine postanejo uporabnik socialnega dela zato, ker sami ne morejo rešiti svojih težav. In prav koncept krepite moči poudarja regulacijo razmerij odvisnosti in ne njihovo odpravljanje. Pri krepitevi moči uporabnikov ne gre za odpravljanje njihove odvisnosti nasploh, temveč za spreminjanje tipa ali stopnje konkretnih razmerij odvisnosti. Kajti šele v odnosih do drugih lahko uresničimo svoje interese, od najosnovnejših potreb po hrani in bližini, do kopičenja materialnih dobrin ali ugleda. Posameznikova moč (človeška moč in to v nefizični obliki, ki jo največkrat uporabljamo tako v formalnih kakor v neformalnih interakcijah) je zmožnost učinkovanja, vplivanja na okolje. Zavedati pa se moramo, da je moč, prav tako kot socialni kapital, dobrina, ki se lahko izčrpa. Moč posameznika je odvisna od kombinacije dejavnikov, iz katerih je sestavljena. Od načina kako jo izražamo, od oblike njene uporabe, od sredstev, ki jih uporabljamo, in od virov, iz katerih izhaja. Za socialno delo so predvsem pomembni personalni viri pomoči, kamor spadajo *znanje* (v širšem smislu tega pojma, ki vključuje tudi veščine, spretnosti in izkušnje - poklicne ali nepoklicne), *osebnostne lastnosti* (kot so ugled, dosežen z minulim delom, komunikacijske sposobnosti, talenti, karizma, tudi videz) in *socialna omrežja* posameznika. Interakcijske mreže uvrščamo v personalni vir moči zato, ker je predvsem od posamezne osebe odvisno, kako bo omrežje, ki ga ima na voljo, vzdrževala in ga izkoristila. Na tem mestu bi ponovno poudarila, da so omrežja verige oseb, s katerimi

posameznik vzdržuje stike in medsebojno povezanost med njimi. Ker pa se ljudje družimo tudi izven svojih osnovnih skupin, je v primeru večjih omrežij ugotavljanje in identificiranje vseh možnih povezav med vpletenimi oteženo.

Z viri moči ravnamo na različne načine in z različnimi nameni. Lahko aktiviramo že obstoječe vire, kreiramo nove, povečujemo dostopnost določenih virov, jih redistribuiramo, ali pa se poslužujemo mediacije (Dragoš 2005: 10-47). Krepitev moči posameznikov in skupin lahko gledamo kot proces učenja za prehod iz socialne izključenosti v vključenost (Berger-Schmitt, Noll 2000, v Boškić 2005: 185).

Dragoš in Leskovšek (2003, v Boškić 2005: 185) opozarjata, da je na mikro ravni še kako pomembna interakcija in povezovanje v mreže, iz katerih se človek lahko aktivira. Mreže mu omogočajo informacije, vpliv, mu dajejo mandat in ga krepijo. Tako omenjata koncept krepitve pomoči v povezavi s socialnim kapitalom. Kajti socialni kapital ima največjo vrednost takrat, ko je koristen za celotno skupnost, pri čemer kot merilo skupnosti vidita realizacijo skupnostnih ciljev in večjo dostopnost do simbolnih in fizičnih resursov. Prav ti resursi pa krepijo notranje človekove potencialne in akterjem omogočajo vpliv na javne zadeve. Pomembni so tako izobrazba, samopomoč, samoorganizacija, solidarnost, političnost in vse, kar človeka iz pasivnega prejemnika spremeni v kreatorja dogodkov.

1.6 INTERNET

Interneta ne moremo več prezreti, njegovih uporabnikov je vse več, postal je nepogrešljivo orodje v našem življenju. Dopolnil je osebno komuniciranje in je postal sredstvo za pridobivanje družbenih stikov. V Sloveniji je v prvem četrtletju 2009 internet uporabljalo skoraj 1.100.000 oseb oziroma 64% vseh oseb v starosti od 10-74 let. Skoraj polovica od njih (48%) je internet uporabljala vsak dan ali skoraj vsak dan. (Muzlovič 2009 b).

V najširšem smislu internet predstavljajo ljudje, računalniki in informacije, ki so elektronsko povezani s skupnimi postopki za medsebojno komunikacijo (Kalin 1998: 10). Splet ni le ogromno skladišče informacij, temveč tudi prostor družbenega delovanja, interakcij, druženja, koordiniranja, spoznavanja, tekmovanja in reševanja konfliktov (Oblak, Petrič 2005: 24). Je socialno neodvisen medij. Razlike med rasami, razrednimi sloji, ljudmi s posebnimi potrebami, ljudmi z marginalnih skupin pri komunikaciji in druženju niso ovira, tako kakor so

v realnem svetu (Mesec 2004). Vzporedno z razvojem svetovnega so se prilagajale tudi različne socialne aplikacije, ki so povezovale različne ljudi s podobnimi interesi in so raztreseni po vsem svetu.

Internet je trenutno najbolj popularno omrežje računalniških mrežnih povezav in predstavlja bogato in kompleksno komunikacijsko okolje, ki se še razvija. Beseda internet je sestavljena iz predpone inter-, ki pomeni biti »med« ali biti »v povezavi z drugimi«, ter net-, kar je okrajšava za omrežje. Možnost sklepanja medsebojnih vezi in vzpostavitev novih načinov ohranjanja stikov z drugimi v prostorsko in časovno oddaljenih razdaljah namreč predstavljata privlačno novost internetne tehnologije, ki ostaja na ravni sodobnih rab še vedno v ospredju (Oblak, Petrič 2005: 53).

S pomočjo interneta se oblikujejo dodatni socialno-dialoški prostori, v katerih se posamezniki lahko na posebne načine srečujejo in med seboj združujejo, pogovarjajo in razpravljajo o zadevah, ki so v njihovem skupnem interesu, si izmenjujejo izkušnje, strahove, pričakovanja in želje (Oblak, Petrič 2005: 54).

Raziskave kažejo, da si ljudje želijo več osebnih odnosov s prijatelji, družino in znanci. Vendar pa je količina informacij, ki jih od njih pridobimo med letoma 2001 in 2006 upadla. In ker imamo čedalje manj časa, iščemo informacije tam, kjer so nam dostopne takoj, s čim manj truda in stroški (Suhadolc 2007: 6). Tako razvoj moderne tehnologije, in s tem posledično tudi njegove uporabe, vpliva na socialne interakcije in na medosebne odnose med ljudmi. Ker pa internet vse pogostejše postaja nuja v našem življenju, se sprašujem, ali internet zbližuje ali odtuja?

Odraz vzpona novih tehnologij se odraža tudi na družbeni kontekst, znotraj katerega se oblikujejo novi prostori (»kibernetški prostori«), nove identitete (»virtualna identiteta«) in nove pojavne oblike kolektivitete (»virtualna skupnost«) (Oblak 2000: 1054).

1.6.1 Splet

Splet v tehničnem smislu lahko razumemo kot najbolj pomembno in dominantno komponento interneta, kajti vse več storitev, ki jih sprejemamo preko interneta se zliva prav na splet. Nekdaj samostojni servis dostopa do baz podatkov, klepetalnic, elektronske pošte,

novičarskih skupin se vse bolj staplja v enotni spletni forum, ki je uporabniku dosegljiv preko brskalnika. V drugi polovici devetdesetih let je splet (storitev) internetu (infrastrukturi) dodal vizualno nadzorno ploščo in ga odprl stotinam milijonov laičnih uporabnikov. Tako razne spletne aplikacije, ki so integrirane v brskalnik, omogočajo osebno, medosebno in skupinsko komuniciranje ter dostop do informacijskih baz prek enotnega vmesnika. Torej ko govorimo o spletu, hkrati govorimo o informacijskem sistemu, spletu kot mediju in ne nazadnje, o spletu kot družbenem omrežju (Oblak, Petrič: 2005: 14-16). S tem se odpira nova dimenzija spleta, ki se prek različnih interaktivnih prostorov namenjenih druženju vse bolj udejanja kot pomemben medij družbene socializacije (Cerar 2007: 40).

Izraz **socialni splet** se uporablja v povezavi s koncepti tako imenovanega spleta 2.0. in njegovimi tehnologijami, ki uporabnikom omogočajo medsebojno komuniciranje, povezovanje, dajanje informacij in soustvarjanje vsebin. Razvoj in uspeh socialnega spleta, ki je v zadnjih letih postal izrazito popularen, temelji na vsebinah, ki jih soustvarjajo uporabniki, kajti udeležенost ljudi je glavno gonilo vseh spletnih strani in aplikacij, ki ga predstavljajo. Tako so tudi socialne mreže ena ključnih kategorij socialnega spleta.

Koncept socialnega spleta in njegovih spletnih strani ter aplikacij si lahko predstavljamo s pomočjo sedmih osnovnih gradnikov:

- identiteta, ki predstavlja edinstveno identifikacijo ljudi v sistemu,
- prisotnost, torej videti, kdo je dostopen oziroma dosegljiv na spletu,
- razmerja, ki predstavljajo opis razmerja med dvema uporabnikoma v sistemu (prijatelj, družina, sošolec,...),
- pogovori, zavzemajo način pogovora z drugimi preko spleta,
- skupine, kar predstavlja grajenje skupnosti s podobnimi interesi,
- ugled oziroma vedenje o ugledu oziroma stanju drugih ljudi v sistemu,
- souporaba, torej način deljenja in souporabe stvari, ki so udeležencem pomembne (slike, video vsebine).

Redko se zgodi, da je na spletnih socialnih straneh zastopanih vseh sedem gradnikov, saj slednje običajno pokrivajo vsaj tri od naštetih (Trop 2009: 7-9).

1.6.2 Virtualna resničnost (virtual reality)

Howard Rheingold (v Oblak 2000: 1055) besedo virtualnost (»virtuality«, »virtual«) razume kot nasprotje realnega. Virtualnost je zanj predvsem struktura navideznega – pojmovni občutek o tistem, kar je ustvarjeno. Po mnenju Schrimacherja (1995, v Oblak 2000: 1055) pa pojem virtualno bolj kot na nekaj izmišljenega kaže na nekaj skorajšnjega, kajti virtualna resničnost simulira resničnost z ustvarjanjem dvojnega sveta, v katerem se širijo nove možnosti. Stahovec (1994, v Oblak 2000: 1055-1056) na primer poudarja, da je virtualna resničnost na eni strani oznaka za alternativne, vendar ne navidezne svetove, ki sodijo v koncept razširjenega pojma resničnosti, na drugi pa tudi oznaka za tehnologijo računalniško simuliranih okolij, namenjenih interaktivni aktivnosti uporabnikov. Torej virtualna resničnost soobstaja z danim realnim svetom. Vstop v virtualno resničnost se dogaja v realnem času, še več, istočasno samo v dveh svetovih hkrati. Namreč zavest se preseli v virtualni svet in čas, medtem, ko telo ostaja v realnem svetu in realnem času. Virtualna realnost je v tesnem razmerju z računalniškimi sistemi, ki vzpostavljajo in gradijo 3D okolja.

1.6.3 Kibernetški prostor (cyberspace)

Dogajanja v kibernetškem prostoru niso navidezna, pač pa so predvsem realna. Lahko so sicer fantazijska, nikakor pa niso neodvisna od akterjev in njihovih aktivnosti, ki se v ta prostor podajajo. Tu se preučujejo predvsem razmerja med resničnimi subjekti. Priznana avtorica Sherry Turkle (1995, v Oblak 2000: 1057) tako poimenuje kibernetški prostor kot del vsakdanjih rutiniziranih praks, ki jih posamezniki doživljajo z branjem elektronske pošte, pošiljanjem sporočil ali rezerviranjem letalske vozovnice prek računalniške mreže. V kibernetškem prostoru se posamezniki lahko pogovarjajo, izmenjujejo ideje, pripišejo ali predrugačijo osebnost in gradijo nove vrste skupnosti.

1.6.4 Vpliv interneta na socialni kapital

Skozi zgodovino in razvoj družbe so se venomer pojavljale nove in različne tendence, ki so vsaka na svoj način vplivale na oblikovanje in delovanje skupnosti. Eno pomembnejših tendenc po mnenju Quan-Haase in Wellmana (2002: 2-3) predstavlja tehnološki razvoj in uporaba naprednih tehnologij v vsakdanjem življenju. Tehnološki napredek v transportu in telekomunikacijah je povzročil radikalne spremembe v mobilnosti in komuniciranju med

geografsko razpršenimi posamezniki. Na ta način je pozitivno vplival na razvoj in ohranjanje socialne mreže posameznika tudi na dolge razdalje. Na enak način oziroma še bolj radikalno razvoj in uporaba interneta vpliva na socialni kapital, pri čemer se ta vpliv v literaturi najpogosteje omenja v treh pristopih (Quan-Haase, Wellman 2002: 4-9):

- **Internet spreminja (angl. *transforms*) socialni kapital**

Ta pojav je posledica nizkih stroškov, majhne porabe časa in enostavnosti komunikacije, ki jo omogoča internet. Pričakovati je, da bodo v prihodnosti zaradi vse bolj množične uporabe interneta (in z njegovim nadaljnjim razvojem) nastajale nove oblike skupnosti. Saj bo prav internet (spletne skupnosti) predstavljal stično točko za ljudi, ki delijo skupne interese, pri čemer pa geografske in časovne razlike za obstoj in delovanje skupnosti ne predstavljajo omejitev. Za te nove oblike skupnosti je značilno, da so v večji meri ustvarjene in zakoreninjene v digitalnem, kot pa na geografsko omejenem prostoru. Z drugimi besedami povedano, se participacija posameznikov v skupnostih seli iz fizičnega v internetni prostor (cyber space), pri čemer se tako oblikujejo nove vrste socialnih odnosov med ljudmi.

- **Internet zmanjšuje (angl. *diminishes*) socialni kapital**

Trditev v prvi vrsti izhaja iz dejstva, da internet v vse večji meri postaja vir za iskanje informacij, zabave, razvedrilnih vsebin in drugih načinov za samostojno preživljanje prostega časa (posameznik vse manj časa namenja druženju in socialnim stikom nasploh).

Posledično ima visoka stopnja globalnega (spletnega) povezovanja negativne vplive na lokalne interakcije in družinske vezi posameznika. S tem, ko posamezniki vzdržujejo vse večje število spletnih prijateljstev, se vse bolj zmanjšuje čas namenjen osebnim interakcijam z družinskimi člani in prijatelji, hkrati pa lokalno okolje postaja vse manj relevanten vir za vzdrževanje socialnih mrež.

- **Internet povečuje oziroma dopolnjuje (angl. *supplements*) socialni kapital**

Uporaba interneta dodatno okrepi že obstoječe vzorce komunikacije, s tem ko postaja vse pomembnejši del vsakdana in življenja ljudi. Zaradi svoje dostopnosti in nizkih stroškov uporabe postaja vse pomembnejše, vendar ne dominantno sredstvo za vzdrževanje osebno vzpostavljenih socialnih stikov. Uporaba interneta obstoječe socialne mreže v največji meri

dopolnjuje z enostavnim vzpostavljanjem in ohranjanjem socialnih stikov med geografsko razpršenimi posamezniki in organizacijami, ki jih sicer povezujejo skupni interesi.

1.7 VIRTUALNE SKUPNOSTI IN VIRTUALNA SOCIALNA OMREŽJA

Kraji, kjer se v današnjih časih dogaja druženje in iskanje neformalne socialne pomoči so se premaknili iz javnega v privatni prostor. »Telefoni, avtomobili, letala in elektronska pošta so ljudem omogočili, da ohranjajo aktivna razmerja na dolge razdalje s prijatelji in znanci. Vendar te tehnologije v bistvu naredijo stvar še bolj zasebno, saj se navadno dogajajo le med dvema osebama« (Mesec 2002 b: 199). To vodi v vse bolj osebno obliko skupnosti, saj ljudje družbo in podporo drugih iščejo ne glede na njihovo fizično bližino. Torej predvsem v osebnih prostorih, ki jih ustvarjajo z uporabo novih komunikacijskih tehnologij, zaradi česar je eden izmed osnovnih vzgibov za nastajanje novih oziroma internetnih skupnosti želja po povezanosti. S priključitvijo v virtualno resničnost se tako posameznik sooči z množico raznovrstnih načinov, preko katerih lahko ohranja ali bogati obstoječe odnose z drugimi ljudmi in celo izoblikuje povsem nove oblike družbenosti in specifične vidike individualnosti (Oblak 2000: 1056).

S pojmom *virtualna skupnost* se navadno označuje ljudi s skupnimi interesi, katerih primarno obliko interakcije predstavlja računalniško posredovana komunikacija. Izraz *skupnost* tradicionalno označuje ljudi, na nekem geografskem območju, kot je na primer soseska. Med tem ko izraz *virtualna* pomeni, da je (elektronska) interakcija med ljudmi mogoča zaradi razvoja in uporabe novih oblik tehnologije (Ridings, Gefen 2004: http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html). Tovrstna računalniško posredovana komunikacija torej omogoča vzpostavljanje in vzdrževanje socialnih stikov med geografsko oddaljenimi ljudmi in tako nastajanje virtualnih socialnih skupnosti.

»Ideja virtualnih skupnosti sloni na preprostem dejstvu, da uporabniki, ki se večkrat srečujejo v virtualnem svetu, razvijejo med seboj neformalne medosebne in skupinske odnose« (Parks 1996, v Škerlep 1998: 39). Raziskovalci ugotavljajo, da so prav zaradi neformalne osebne in intimne narave komuniciranja ti odnosi zelo intenzivni, običajno prijateljski, včasih pa tudi sovražni (Turkle 1996; v Škerlep 1998: 39). »Posamezne člane virtualnih skupnosti naj bi tako združeval subjektivni kriterij druženja oziroma občutek povezanosti, ki povzroča občutek pripadnosti.« (Foster 1996, v Oblak 2000: 1064). Tako na mreži vseh mrež nastajajo takšne

virtualne skupnosti, ki bolj kot na vnaprej pripisanih vezeh in skupni prostorski določenosti temeljijo na osebni zaupnosti in moralni zavezanosti (Oblak 2000: 1053).

Skupnost se torej oblikuje na osnovi skupnih interesov posameznikov. Ljudje z uporabo spletnih skupnosti ustvarjajo povezave z drugimi, ki so v resničnem svetu prijatelji ali pa popolni neznanci. Z njimi delijo vsebine (fotografije, video posnetke), jih sprašujejo za nasvete ali sami nasvete delijo drugim, ter tako več ur presedijo za računalnikom (Suhadolc 2007: 72-73). Internet tako podpira izrazito enotnost (konstantnost) znotraj posameznih skupin ali združb in bistveno manj spodbuja k njihovi interni različnosti. Sardar (1996, v Oblak 2000: 1065) poudarja, da je skupnost v kibernetnem prostoru samo-selektivna. Torej je slučajna in s tem ravno nasprotje temu, kar razumemo pod pojmom resnična skupnost. Namreč fizična skupnost je takšna, da je v njej potrebno skrbeti za druge ljudi, saj so ti vedno prisotni, medtem ko v kibernetnem prostoru lahko ljudi utišate že s klikom na gumb. Posledično torej v primeru tovrstnih skupnosti, za razliko od tradicionalnih, posameznik ne prevzema nikakršne odgovornosti.

1.7.1 Motivacijski dejavniki priključitve

Ljudje čutijo potrebo po povezanosti in pripadnosti, saj skupnost za posameznika predstavlja vir informacij, vir pomoči pri doseganju zastavljenih ciljev, prizna njegove dosežke in mu ponudi vrednote, ter pravila obnašanja, s katerimi se lahko identificira. Motivacijske dejavnike za priključitev posameznika k tradicionalnim skupnostim lahko prenesemo v kontekst virtualnih skupnosti. Tako so glavni dejavniki za vključitev posameznika v virtualne skupnosti naslednji (Ridings, Gefen 2004: http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html):

- **Izmenjava informacij**

Virtualne skupnosti so bogat vir informacij, ki jih ustvarjajo predvsem posamezniki vključeni vanje. Ker se skupnost ustvari predvsem zaradi povezovanja posameznikov s skupnimi interesi, so bogat vir informacij predvsem o določeni tematiki. V splošnem velja, da so znanje in informacije dragocen vir, lociran v virtualnih skupnostih, pri čemer se slednje od tradicionalnih razlikujejo predvsem po možnosti izkoriščanja šibkih vezi. Virtualne skupnosti so tako lahko idealen karaj za pridobivanje informacij s strani popolnih neznancev.

- **Izmenjava socialne opore**

Sama struktura interneta z vsemi možnostmi za iskanje informacij, ki jih omogoča, olajša iskanje drugih ljudi v podobnih situacijah. Na ta način posameznik lahko najde vire emocionalne opore, občutek pripadnosti in razumevanja s strani drugih enako mislečih ljudi združenih v okviru spletnih skupnosti.

- **Prijateljstvo**

Na enak način kot pri iskanju socialne opore internet z vsemi možnostmi, ki jih ponuja, omogoča iskanje novih poznanstev, kakor tudi ohranjanje že obstoječih. Druženje s prijatelji in preživljanje prostega časa v virtualni skupnosti, posamezniku daje občutek pripadnosti in sprejetosti, hkrati pa je to lahko tudi vir pridobivanja informacij in vir socialne opore.

- **Razvedrilo**

Uporaba interneta je nova oblika preživljanja prostega časa in zabave, kar se lahko enači z preživljanjem prostega časa z gledanjem televizije. Virtualne skupnosti omogočajo vse več zabavnih vsebin, igranje računalniških igrice, različnih klepetalnic in ostalih aplikacij, ki pritegnejo uporabnike k temu, da jim namenjajo vse več svojega prostega časa.

Wallman napoveduje, da bo »oseba – ne kraj, gospodinjstvo ali delovna skupina – postala še bolj avtonomno komunikacijsko vozlišče« in poudarja, da »ljudje ponavadi dobivajo podporo, družbo, informacije in občutek pripadnosti od ljudi, ki ne živijo v isti soseski, niti na istem urbanem območju. Vezi skupnosti ohranjajo s telefoniranjem, pisanjem, vožnjo, javnimi prevoznimi sredstvi, letali... Oseba je postala portal.« Tako lahko tudi z internetom ustvarimo in upravljamo številne osebne družbene mreže (Rheingold 2004: 57).

Praprotnik v svojem delu opozarja, da se pri konstrukciji virtualnih skupnosti ne oblikujejo nekakšne nove skupnosti, ki bi se bistveno razlikovale od pred-virtualnih. Virtualne skupnosti se samo širijo ter zamišljajo na nov način, na podlagi novega medija. Internet je zelo prehoden medij, ki uporabnikom omogoča relativno preprosto vstopanje ter vključevanje v skupnost. Osnovna vzroka za hitro širjenje virtualnih skupnosti sta zlasti tako imenovani interes »biti v družbi« ter strah pred nepripadanjem (Praprotnik 2003: 18).

Vendar pa »niso vsa virtualna družbena združenja že skupnost« (Fernback 1999, v Oblak 2000: 1064-1065), ampak je za to potreben skupni sistem vrednot, norm in pravil, občutek

skupne identitete, zavezanost in pomembnost združevanja, kot to velja tudi za druge fizično oblikovane skupnosti. Kot pravi Bromberg (1996, v Oblak 2000: 1064-1065), brez osebnega vlaganja in zaupnosti, ki sicer označuje naše občutke o fizični skupnosti, nekatere razpravljalne skupine in prostori za kramljanje niso nič drugega kot komunikacijska sredstva, ki jih uporabljajo posamezniki s skupnimi interesi.

1.7.2 Virtualna socialna omrežja

Koncept virtualnega socialnega omrežja lahko definiramo kot uporabo različnih orodij za povezovanje tako posameznikov, kot skupin in s tem oblikovanje virtualnih skupnosti. Najpogosteje s pojmom internetna socialna mreža označujemo spletne storitve, na katerih je poudarek predvsem na pridobivanju oziroma širjenju človekovega socialnega kapitala bodisi v privatnem, bodisi poslovnem življenju (Hauber 2007: <http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/socialne-mreze-na-internetu-294.aspx>).

Socialna omrežja je mogoče razvrstiti glede na njihov poglavitni namen:

- **Kontaktne strani**, katerih glavni namen je zbiranje in objava različnih kontaktnih informacij.
- **Socialna omrežja**, so strani katerih glavni namen je interakcija med posamezniki (Facebook, MySpace ali Twitter).
- **Strani za deljenje vizualnih informacij**, ki omogočajo deljenje video posnetkov ali fotografij.
- **Igre in interaktivni navidezni svetovi**, pri katerih gre za 3-dimenzionalna navidezna okolja, kjer posameznik sodeluje tako, da kreira lastnega akterja, ki nato sodeluje v virtualnem svetu (Hölbl 2008: 14-15).

Nekatera virtualna socialna omrežja izhajajo iz že obstoječih socialnih omrežij, kar bi lahko razumeli kot, da so se preselila iz fizičnega v virtualni svet. Druga pa so takšne narave, da omogočajo uporabnikom, ki se sicer v realnem svetu ne poznajo, povezovanje na podlagi skupnih interesov, političnega prepričanja in podobno. Boyd in Ellison (2007: 1) virtualna socialna omrežja definirata kot spletne storitve oziroma spletna mesta, ki uporabniku omogočajo:

1. ustvariti javni (ali poljavni) osebni profil v okviru določenega sistema,
2. ustvariti seznam ostalih uporabnikov, s katerimi je povezan,
3. pregledovati svoj seznam uporabnikov in sezname drugih uporabnikov sistema.

Na internetu se družbene mreže manifestirajo v spletnih skupnostih, ki omogočajo povezovanje s prijatelji, poslovnimi partnerji in drugimi posamezniki, ter hkrati omogočajo ohranjanje stikov. Glavno, kar ločuje virtualna socialna omrežja od ostalih podobnih spletnih storitev, je to, da posamezniku omogoča poiskati in prikazati njegovo socialno mrežo in ne zgolj tega, da spoznava nove ljudi (Boyd, Ellison 2007: 1).

V svetovnem merilu je najbolj znana spletna skupnost MySpace, ki ponuja interaktivno mrežo blogov, profilov, skupin, fotografij, MP3 posnetkov, videov in internega e-poštnega sistema. Druga, tudi Sloveniji vse bolj poznana in aktivna spletna skupnost, Facebook, pa deluje predvsem z namenom povezovanja in poglobljanja že obstoječih poznanstev s pomočjo raznovrstnih načinov komuniciranja in ohranjanja stikov.

1.8 KOMUNIKACIJA

»Temeljna osnova človekove družbenosti se izraža v neposrednem medosebnem druženju, v odnosih in komunikaciji. Komunikacija poteka v prostoru, kjer obstaja določena zaloga vzajemno razumljivih izrazov, gest, znakov, navad, vrednot in simbolov« (Bahovec 2005: 9). V sodobni družbi so poleg kognitivnih spretnosti in veščin potrebne še medosebne in komunikacijske spretnosti. Znanje in veščine strnjene v človeški kapital posameznik pridobi s socialnim učenjem v svojih socialnih mrežah. Proces učenja ima svoje mesto v tipičnih žariščih socialnega kapitala, kamor prištevamo družino, formalne oblike izobraževanja in usposabljanja, na delovnem mestu, v vsakodnevno socialno participacijo ter priložnostne aktivnosti (Zrim Martinjak 2006: 47).

Castells (2000, v Oblak, Petrič 2005: 23) poudarja, da »če je abeceda omogočila temeljit kvalitativni premik v človeškem komuniciranju in osnovno infrastrukturo za ohranjanje in kopičenje človeškega znanja, pa sedaj prisostvujemo revoluciji podobnih razsežnosti, ki izvira iz integracije različnih načinov komuniciranja v interaktivno omrežje.« Tako naj bi možnost zlitja raznovrstnih besedil, slik, zvokov in drugih zapisov informacij v isti sistem globalnih razsežnosti pod pogoji odprtega dostopa temeljito spreminjala značilnosti komuniciranja (Oblak, Petrič 2005: 23). Castells (2001, v Oblak, Petrič 2005: 23) na tem mestu uporabi pojem »nov komunikacijski sistem«, kjer se komunikacija odvija v vzajemni soodvisnosti z razvojem digitalne tehnologije.

1.8.1 Računalniško posredovana komunikacija

Raznoverstnost komunikacijskih orodij na internetu omogoča različne komunikacijske prakse v različnih družbenih kontekstih. Raziskovalci so tovrstno komuniciranje poimenovali računalniško posredovana komunikacija (»computer-mediated communication« ali CMC). Je tista komunikacija, ki je posredovana prek računalnikov vključenih v računalniško omrežje. Izraz »posredovana« poudarja, da pri računalniško posredovani komunikaciji ne gre zgolj za komunikacijo med računalniki ali pa interakcijo med človekom in računalnikom, temveč predvsem za komunikacijo med ljudmi, ki pa je posredovana prek računalnikov (Škerlep 1998: 24-25). Oziroma z besedami Jona Decemberja je »računalniško posredovana komunikacija proces človeške komunikacije prek računalnikov, ki vključuje ljudi, situirane v določenih kontekstih in zapletene v procese/.../z določenimi cilji« (December 1997, v Škerlep 1998: 25).

Trije modeli glede na komunikacijska razmerja med udeleženci:

- Medosebno komuniciranje v razmerju **eden z enim** (point to point) se nanaša na klasično situacijo, v kateri ena oseba komunicira z drugo. Gre za neposredno medsebojno komuniciranje ali z drugimi besedami »iz oči v oči«. S pomočjo različnih tehnologij in orodij pa je tovrstno komuniciranje lahko posredovano preko nekega medija;
- Skupinsko ali mrežno komuniciranje v razmerju **mnogi z mnogim** (multipoint to multipoint);
- Množično komuniciranje v razmerju **eden z mnogimi** (point to multipoint), ko določen vir posreduje sporočila prek nekega kanala večji razpršeni množici prejemnikov.

Računalniško posredovana komunikacija teče po vseh treh navedenih modelih. Lahko je **enosmerna ali dvosmerna**, ki izhaja iz prisotnosti ali odsotnosti posameznikove možnosti, da se odzove na sprejeto sporočilo. Komunikacija je lahko **sinhrona** (sočasna) ali **asinhrona** (nesočasna). Lahko poteka sočasno ali nesočasno glede na dejstvo, ali so udeleženci komunikacije sočasno prisotni ali ne. Na internetu prevladujejo asinhroni tipi komunikacije, a kljub temu je sinhrona komunikacija vse bolj priljubljena in igra pomembno vlogo. Na začetku je bil **tekst** osnovni medij računalniško posredovane komunikacije. V zadnjem desetletju pa so se na internetu pojavili tudi številni drugi medijski formati, ki omogočajo prenose slik, zvočnih zapisov, avdiovizualni prenos, tako imenovan razvoj multimedijev, ki

integrira **slike, zvok in video**. Komunikacija je lahko **javna** ali **zasebna**. Zasebna komunikacija je za nepovabljene zaprta, nedostopna in skrita (npr. elektronska pošta). Javna komunikacija pa je odprta v smislu obče dostopnosti in javne razkritosti. Poleg navedenih pa v računalniško posredovani komunikaciji obstajajo še vmesne vrste komuniciranja, ki so pol-odprte ali pol-zaprte, to pa so vse tiste, ki za dostop zahtevajo posebno dovoljenje oziroma geslo (Škerlep 1998: 27-28, gl. tudi Oblak, Petrič 2005: 59-63).

Računalniško komunikacijo razumemo predvsem kot **neformalno** samoiniciativno **komuniciranje**, katerega motiv so osebni interesi (interesno povezovanje, specifičen način preživljanja prostega časa) in je neodvisno od formalnih organiziranih družbenih institucij. Neformalno komuniciranje omogoča nastajanje virtualnih skupnosti. Nasprotje temu pa je **formalno komuniciranje**, pri katerem vsaj en udeleženec komunicira v funkciji svoje organizacije in kjer je motiv komunikacije določen s formalno vlogo in prek nje z organizacijskimi pravili in programi (Škerlep 1998: 37-39).

Tipično prakso računalniško posredovane komunikacije predstavlja posameznik, ki sedi pred zaslonom in prek mreže s pomočjo enega ali več orodij vzpostavlja komunikacijska razmerja z drugimi uporabniki oziroma njihovimi komunikacijskimi vsebinami. Komunikacijsko prakso posameznika lahko delimo na pasivno vlogo **recipienta vsebin**, kjer posameznik komunicira predvsem prek komunikacijskih orodij, ki omogočajo dvosmerno komunikacijo po modelu eden z enim ali mnogi z mnogimi, kot so elektronska pošta, računalniške konference. Orodja dvosmerne komunikacije omogočajo izmenjavo sporočil med partnerji, iz česa se lahko razvijejo medosebni in skupinski odnosi. Posameznik pa lahko v računalniški posredovani komunikaciji prevzame tudi **aktivno vlogo komunikatorja** kot kreatorja vsebin (Škerlep 1998: 37).

Z namenom izboljšanja komunikacijske učinkovitosti pa so uporabniki v okviru računalniško posredovane komunikacije razvili tudi sistem simbolizma in tekstualnega izražanja, da bi si tako zagotovili medsebojno razumevanje kljub pomanjkanju običajnejših kanalov komunikacije. V tradicionalnih oblikah neposrednega komuniciranja obstajajo pogledi, nasmehi, stiki z očmi, distanca, ton, barva glasu, ki prejemniku omogočajo pridobivanje informacij o pošiljatelju in pravilno razumevanje sporočila. In prav sočasna komunikacija, ki se velikokrat pojavi na spletu, spodbuja takojšnjo, emocionalno izzvano reakcijo in torej spodbuja ustvarjanje posebnih znakov, ki izražajo emocionalna stanja. V ta namen se je v

okviru računalniško posredovane komunikacije razvil sistem znakov, kot reprezentacije psihičnih reakcij, ki so znani pod imenom smeški (:), :(, :o,...) (Praprotnik 2003: 113-114).

1.8.2 Oblike virtualnega komuniciranja

- **Elektronska pošta** je najbolj enostaven in najbolj razširjen način asinhrona izmenjave sporočil med dvema ali več uporabniki, zato od nastanka računalniških omrežij nastopa kot najpogostejše uporabljeno orodje dvosmerne komunikacije. Lahko služi najrazličnejšim komunikacijskim namenom, kot neformalno intimno komuniciranje, ali pa neosebno formalno, ki je vezano na institucionalno komuniciranje in poklicno sodelovanje (Škerlep 1998: 28-29). Njena prednost pred navadno pošto je v hitrosti dostave, kar v praksi pomeni skoraj sočasno komunikacijo med uporabniki, dostopnost do svojega poštnega e-nabiralnika kadarkoli in kjerkoli.
- **Poštni sezname** so sezname vezani na določeno temo, na katero se lahko naroči vsak uporabnik interneta. Pošto, ki prihaja na poštni seznam torej prejmejo vsi, ki so nanjo naročeni. V tem primeru gre za komunikacijo več z več z možnostjo aktivnega sodelovanja ali zgolj opazovanja.
- **Novičarske skupine** so podobne poštnim seznamom, le da se poslana sporočila nahajajo na enem mestu, kamor se uporabnik priključi po potrebi. Sporočila so na voljo, če jih potrebujejo in so vezana na določeno temo. Tudi tu gre za obliko komunikacije več z več, z možnostjo sodelovanja ali opazovanja.
- **Forumi** so posebna oblika novičarskih skupin, ki ponujajo več oblik komuniciranja in izmenjave podatkov.
- **Internetne konference**, kjer gre za predavanje, kjer moderator napove govorce, ostali ljudje pa so odjemalci, pasivni udeleženci, ki konferenco spremljajo na zaslonu. Gre za vodeno obliko komunikacije z omejenim trajanjem.
- **Video konference**, po internetu omogočajo udeležencem vizualni in zvočni stik s pomočjo kamer, postavljenih v prostoru, kjer se udeleženci nahajajo. Izmenjava informacij poteka v realnem času.
- **IRC** je podobna oblika kot konferenca, kjer uporabniki lahko diskutirajo v večji skupini ali en drugega povabijo v privatni pogovor.
- **WWW** služi predvsem posredovanju informacij v tekstovnih in grafičnih oblikah in lahko vključujejo vse zgoraj naštetе oblike komuniciranja.

- **WAP** je oblika informacij in storitev, do katerih lahko uporabnik dostopa preko mobilnega telefona (Mesec 2004: 277-278).

S širitvijo digitalnih komunikacij bo prišlo do podvojitve našega družbenega življenja. Na eni strani bomo še naprej neposredno komunicirali s soljudmi v naši fizični realnosti, na drugi strani pa se bo velik del našega medsebojnega komuniciranja prenesel v podatkovni prostor oziroma kiberprostor, s čimer bo tako imenovana virtualna resničnost postala konstitutivni del naše vsakdanje družbene resničnosti (Škerlep 1998: 52-53).

Posamezniki imamo različne potrebe in motive za vključevanje na splet, hkrati pa tudi splet kot medij omogoča, da posameznikove značilnosti vplivajo na to, kako ga bo uporabil. Sodobna komunikacijska orodja tako nekateri uporabljajo predvsem za vzdrževanje že obstoječih stikov, drugi v virtualnih prostranstvih iščejo nove prijatelje in podobno misleče sogovornike, tretji ostajajo nevidni in le opazujejo interakcijo drugih (Cerar 2007: 41).

Delež posameznikov, ki so uporabljali internet za različne oblike komuniciranja se vsako leto povečuje. V letu 2009 je spletne forume bralo 35% oseb, telefoniralo ali videotelefoniralo s spletno kamero jih je 15%, sporočila s spletne klepetalnice pa je pošiljalo 13% oseb enake starosti. Lastni profil v spletnih socialnih omrežjih je ustvarjalo ali urejalo 22% posameznikov, v največjem obsegu posamezniki v starosti 16-24 let (Muzlovič 2009 a).

1.9 FACEBOOK

Facebook je trenutno eno najbolj priljubljenih spletnih mest, ki jih strokovnjaki uvrščajo med tako imenovana spletna mesta socialnih omrežij. Na njem vsak uporabnik ustvari svojo spletno stran, ki se imenuje profil. S pomočjo profila pa nato poišče in gradi svojo socialno mrežo, ohranja medsebojne stike z njimi in sledi življenjsko pomembnim dogodkom svojih znancev.

Facebook bolj kot na 'virtualnih' prijateljstvih temelji na starih poznanstvih. Po besedah Petriča gre pri Facebooku za »ohranjanje dejanskega socialnega omrežja oziroma za ponovno grajenje takega omrežja. Med sabo se povežejo ljudje, ki so lahko vsak dan v neposrednem stiku ali pa so nekoč bili v kratkotrajnejšem ali dolgotrajnejšem začasnem socialnem krogu. Hkrati se vzpostavljajo nova poznanstva, šibke vezi – prijatelji prijateljev ali zanimivi

neznanci, ki lahko zelo učinkovito pomagajo pri grajenju socialnega kapitala. Družbeno dogajanje na Facebooku je večinoma slika realnosti, a brez majhnih odmikov od nje in minimalnega napora pri artikulaciji medosebnih odnosov servis ne bi bil tako priljubljen« (Petrič, v Crnović 2007: http://www.mladina.si/tednik/200750/clanek/nar--facebook-deja_crnovic/).

1.9.1 Zgodovina in razvoj

Facebook je februarja leta 2004 ustanovil Mark Zuckerberg, kot študent na univerzi Harvard. Namenjen je bil študentom omenjene fakultete za povezovanje in poglobljanje stikov med njimi. Kmalu za tem pa se je uporabnost razširila tudi na študente ostalih ameriških univerz, dijake in kasneje na vse internetne uporabnike (Valenzuela *et al.* 2008: 6).

Po statistiki podjetja Facebook, ima to socialno omrežje že več kot 400 milijonov aktivnih uporabnikov, od tega se jih vsaj polovica v svoj profil prijavi vsak dan. Preveden je bil že v več kot 70 jezikov. Sedaj že več kot 70% uporabnikov predstavljajo ljudje, ki živijo izven Združenih držav Amerike. Povprečni uporabnik na njem običajno preživi 55 minut na dan in ima na svojem profilu dodanih okoli 130 prijateljev (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>). Tudi v Sloveniji Facebook sodi med najbolj priljubljena spletna socialna omrežja, saj ga po statističnih podatkih uporablja 575.920 Slovencev. Struktura uporabnikov po spolu kaže, da je od vseh Slovencev, ki ga uporabljajo 287.020 moškega spola, preostalih 276.340 pa ženskega. Največ uporabnikov sodi v starostni razred med 18 in 25 let, sledijo pa jim uporabniki stari med 26 in 34 let (<http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/SI/chart-interval-5/>, glej tudi <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=10316&menu=0>, <http://www.checkfacebook.com/>).

1.9.2 Značilnosti Facebooka

Kot večina virtualnih socialnih omrežij ima tudi Facebook možnost da na njem ustvariš svoj **profil**, v katerega se lahko vključi sledeče:

- *Osebnosti podatke* kot so prebivališče, domači kraj, spol, datum rojstva, spolno usmerjenost, politično opredelitev, versko prepričanje, priljubljene citate. Lahko se opredeli tudi

dejstvo, ali posameznik na Facebooku išče prijateljstvo, zmenkarije, razmerje ali povezovanje.

- *Podatke o izobrazbi in delu*, kjer se lahko navede naziv srednje šole, fakultete, univerze ali delodajalca.
- *Priljubljene vsebine ali hobije* pod katere se štejejo dejavnosti, interesi, glasba, knjige, filmi in vse kar posameznika zanima.
- *Kontaktne informacije* kot so, naslov spletne pošte (E-mail naslov), številke mobilnega in stacionarnega telefona, naslov, mesto, soseska, ter slika posameznika s katero zaznamuje svoj profil.

Vsak posameznik ima možnost svoj profil zakleniti, tako si ga lahko ogledajo le tisti, ki jih je sprejel kot svoje 'prijatelje'. Ko si posameznik ustvari svoj profil ga aplikacija vzpodbuja, da si na Facebooku poišče osebe, ki jih morda pozna, svoje **'prijatelje'**. Posameznikovi 'prijatelji' na Facebooku so v večini primerov prijatelji, znanci, kolegi in sorodniki, s katerimi komunicira tudi v resničnem življenju. Na strani je okence imenovano 'prijatelji', kamor jih uporabnik dodaja, razvršča v skupine in s tem sestavlja seznam svojih 'prijateljev'. Poišče jih lahko na več načinov in s pomočjo orodij, ki so mu na voljo. Najlažje jih posameznik poišče z iskanjem stikov skozi svoj e-poštni račun. Stike lahko prenaša tudi iz različnih klepetalnic, messengerjev in tako poišče osebe s katerimi si že pošilja neposredna sporočila z uporabo drugih aplikacij. Aplikacija iskalnika omogoča, da se lahko 'prijatelje' poišče tudi s pomočjo njihovih imen, naziva šole in naziva podjetja. Poleg predstavljenega velja omeniti tudi dejstvo, da Facebook sodi med toliko napredne aplikacije, da celo samodejno predlaga in predstavi ljudi, ki jih posameznik morda pozna. Na opisane načine posameznik gradi svojo spletno socialno mrežo, ohranja medsebojne stike z njo in sledi življenjsko pomembnim dogodkom svojih znancev. Ko posameznik nekoga doda kot svojega 'prijatelja' ne samo, da sta sedaj obema vidna njuna profila, temveč se jima razkrije celotna socialna mreža obeh.

Zid je prostor vsakega uporabnika Facebooka, kjer mu lahko njegovi 'prijatelji' pošiljajo sporočila, dražljaje, slike, darila in povabila na dogodke. Na njem je objavljen status vsakega posameznika, s katerim informira svoje 'prijatelje', kje se nahaja in kaj počne. Na zidu so vidni posameznikov profil, slike, ter njegovi 'prijatelji', možno pa je izbrati tudi prikaz morebitnih skupnih prijateljev z določeno osebo. Uporabnikov zid je viden vsem, ki lahko vidijo njegov profil.

Stran **domov** je narejena tako, da ima posameznik precejšen uvid v spletne aktivnosti svojih 'prijateljev'. Lahko izve, kdo se je s kom na novo 'spoprijateljil', kaj je kdo komu sporočil in kateri dogodek bo kdo obiskal. Na ta način vsako spremembo statusa vidijo tudi dodani 'prijatelji.' Obstaja pa tudi možnost, da vsak posameznik namesti aplikacijo, s katero doseže, da drugi uporabniki ne vidijo vsega in tako poskrbi za svojo zasebnost.

Ena najbolj priljubljenih aplikacij na Facebooku je aplikacija **slike**, s katero lahko uporabniki nalagajo slike in albume. Posameznik lahko v nastavitvah določi, da so naložene slike vidne le njemu samemu, njegovim 'prijateljem', vsem iz istega omrežja ali pa kar vsem uporabnikom Facebooka. Na tej aplikaciji je mogoče ljudi na sliki tudi označiti. Torej, če je na sliki uporabnikov prijatelj, ga lahko le-ta označi z njegovim imenom, o čemer pa je »označeni« obveščen na različne načine (npr. preko elektronskega sporočila). Slike oziroma albume je možno tudi komentirati in označiti s tako imenovano oznako »všeč mi je«.

Na Facebooku obstaja tudi možnost povezovanja v **skupine** ali mreže, ki so dober indikator hobijev in interesov ljudi (npr. skupina znancev iz srednje šole, univerze, interesne skupine, skupine glede na geografske značilnosti in podobno). Posameznik se lahko včlani v obstoječe ali nove skupine, lahko jih poišče sam ali pa je vanje povabljen. Vsakemu uporabniku Facebook omogoča tudi, da sam ustvari svojo skupino in vanjo povabi svoje 'prijatelje'.

Na Facebooku sta omogočeni dve obliki pošiljanja **sporočil**. Prva je pošiljanje zasebnih sporočil, ki jih lahko vidita samo prejemnik in pošiljatelj. Druga pa je javna oblika pošiljanja sporočil preko tako imenovanega zidu, neposredno na profil svojih 'prijateljev', pri čemer so ta sporočila vidna vsem, ki lahko vidijo uporabnikov profil. Vgrajen je tudi instantni sporočilni sistem (klepet), kjer je v vsakem trenutku možno videti, kdaj so 'prijatelji' dosegljivi za pogovor in neposredno komunikacijo.

Komunikacija na Facebooku ni samo verbalna, ampak tudi neverbalna in vizualna, pogosto pa se vse te oblike tudi kombinirajo. Za komunikacijo se lahko uporabljajo tudi različna virtualna darila iz aplikacij, ki so jih ustvarili prav uporabniki. Besedila so pogosto integrirana že v sami slike ali videu, saj je prav to ena od karakteristik nove vizualnosti. Facebook torej predstavlja možnost hkratne sinhrono in asinhrono komunikacije. Poleg kombiniranja sinhronosti in asinhronosti se komunikacija na spletnih socialnih omrežjih razlikuje od komunikacije v virtualnih klepetalnicah ali na forumih po tem, da pogosto predstavlja

nadaljevanje komunikacije začete v fizičnem svetu ali pa pripravo nanjo. Socialni mediji so za razliko od klasičnih tudi veliko bolj intimni, saj informacije niso posredovane od neke višje instance, ampak se prenašajo direktno od posameznika do posameznika. Pogosto se nanašajo na neposredne življenjske okoliščine v katerih se posameznik trenutno nahaja. Tako se posameznik prek sedanjih spletnih socialnih omrežij ne informira samo o tem, kaj se je zgodilo po svetu, državi ali mestu v katerem živi, temveč tudi o tem, kaj delajo in kaj bodo počeli ljudje, ki jih pozna ali ki jih želi spoznati. (Anđelković 2008: <http://www.radiostudent.si/print.php?sid=17023&lang=slovene>).

2 PROBLEM

2.1 OPREDELITEV PROBLEMA

S širitvijo digitalnih komunikacij na nek način prihaja do podvojitve našega družabnega življenja. Na eni strani še vedno neposredno komuniciramo s soljudmi v naši fizični realnosti, na drugi strani pa se je že velik del našega medsebojnega komuniciranja prenesel v tako imenovani kibernetski prostor. To je bil tudi povod, zakaj sem se odločila raziskovati prav tematiko virtualnih socialnih omrežij. Tudi sama sem opazila, da se vse več komuniciranja z mojimi prijatelji odvija preko virtualnega socialnega omrežja Facebook in ne več toliko z osebnim stikom. Verjetno je to posledica pomanjkanja časa, hitrega tempa življenja in geografske oddaljenosti. Na tem mestu se tako pojavlja vprašanje ali na ta način svojo socialno mrežo ohranjam ali pa jo na nek način s takšno posredno komunikacijo slabim - torej ali uporaba interneta zbližuje ali odtuja ljudi? V svojem okolju opazam, da so se kraji, kjer se v današnjih časih dogaja druženje in iskanje neformalne socialne pomoči premaknili iz javnega v privatni prostor, ki posamezniku omogoča ohranjanje aktivnih razmerij s prijatelji in znanci tudi potem, ko se od njih fizično oddalji. Hkrati tudi geografska bližina ni več zagotovilo za pogostejše druženje in osebno neposredno komuniciranje. Konkretno opazam, da svojih sosedov osebno skorajda ne poznamo več, vse manj komuniciramo iz oči v oči, zato me skrbi dejstvo, ali sploh še obstajajo soseski odnosi in solidarnost. Ali je osebni kontakt z lokalno skupnostjo sploh še pomemben za posameznika v dobi, kjer se lokalne skupnosti ustvarjajo in srečujejo kar na svetovnem spletu. Zavedati pa se je treba tudi dejstva, da internet postaja vir za iskanje informacij, zabave, razvedrilnih vsebin in drugih načinov za samostojno preživljanje prostega časa, zato je možno, da ima lahko tudi negativen vpliv na posameznikove interakcije in posledično tudi na posameznikov socialni kapital. Kajti posameznik vzdržuje vse večje število spletnih prijateljstev in s tem vse bolj zmanjšuje čas namenjen osebnim interakcijam in tako lokalno okolje postaja vse manj relevanten vir za vzdrževanje socialnih mrež. Po drugi strani pa uporaba interneta s tem ko postaja vse pomembnejši del vsakdana in življenja ljudi, zaradi svoje dostopnosti in nizkih stroškov lahko še dodatno okrepi že obstoječe vzorce komunikacije. Tako uporaba interneta obstoječe socialne mreže lahko dopolnjuje in hkrati vzpodbuja nastajanje novih oblik skupnosti z enostavnim vzpostavljanjem in ohranjanjem socialnih stikov med geografsko razpršenimi posamezniki. Konkretno Facebook deluje z namenom povezovanja in poglobljanja že obstoječih poznanstev s pomočjo raznovrstnih načinov komuniciranja in ohranjanja stikov.

Facebook je torej aplikacija, ki omogoča ohranjanje dejanskega socialnega omrežja posameznika oziroma je lahko v pomoč pri ponovnem grajenju le-tega v primerih, ko so bili stiki zaradi neke določene situacije opuščeni ali pretrgani. Kot takšen socialnemu delavcu in posamezniku lahko predstavlja orodje in pomoč pri ponovni vzpostavitvi kontaktov in ponovnem vključevanju v določeno skupnost. Virtualne skupnosti se samo širijo ter zamišljajo na nov način, na podlagi novega medija. Na tak način internet lahko povečuje oziroma dopolnjuje socialni kapital posameznika. Dejstvo je, da omrežje poznanstev posamezniku ni prirojeno in tudi ni pridobljeno enkrat za vselej, temveč ga mora posameznik ohranjati s trudom. Tako si zaloge svojega socialnega kapitala povečuje predvsem s širjenjem svojega socialnega omrežja. Čim več ljudi pozna, tem večja je gostota socialnih kontaktov, ki jih lahko mobilizira. Zato sem tudi v svoji raziskavi skušala ugotoviti, ali ima intenzivnost uporabe interneta oziroma konkretno virtualnega socialnega omrežja Facebook kakšen vpliv na posameznikov socialni kapital, ter ali imata spol in življenjsko okolje pri tem kakšno pomembno vlogo.

Glavni namen virtualnih socialnih omrežij je sicer interakcija med posamezniki. Na mikro ravni je za posameznika še kako pomembna interakcija in povezovanje v mreže, iz katerih se človek lahko aktivira. Mreže mu omogočajo informacije, vpliv, mu dajejo mandat in ga krepijo, kar vse vpliva na posameznikov socialni kapital. Višji kot je socialni kapital, večja je verjetnost, da bodo ljudje razvili komunikacijo in sodelovanje. Vnaprejšnje zaupanje v druge ljudi pripomore k hitrejšemu spreminjanju možnih v dejanske socialne vezi in k solidarnosti, ki presega meje obstoječih omrežij. S širjenjem svojega socialnega omrežja posameznik širi svoje vire pomoči, ki so bolj raznoliki in manj obremenjeni ob trenutku pomoči, kot pa v manjših omrežjih. Sama struktura interneta z vsemi možnostmi za iskanje informacij, ki jih omogoča, olajša iskanje drugih ljudi v podobnih situacijah. Na ta način lahko posameznik najde zanj pomembne vire moči. Zato me na tem mestu zanima predvsem ali velikost posameznikove virtualne socialne mreže na Facebooku vpliva na količino dobljene socialne opore, ki jo posameznik od nje potrebuje. Sodobna komunikacijska tehnologija omogoča ohranjanje stikov s socialno mrežo, z majhno porabo časa in nizkimi stroški, tako se pomembnost fizičnega dostopa do virov pomoči v okviru geografskega okolja zmanjšuje. Vedno bolj se zatekamo k računalniku, gradimo svoje virtualne socialne mreže, skupnosti in vse pogosteje iščemo pomoč preko spleta. Tako se vse bolj pojavlja potreba po virtualni pomoči, ki prinaša nove ideje, poenostavlja nekatere metode, je bolj dostopna uporabnikom interneta, brez predsodkov, a še vedno ohranja vzgib pomoči drugim. Vsega tega se moramo

zavedati in upoštevati tudi v socialnem delu, pri čemer klasične oblike pomoči ne smemo zanemariti. Oba načina pomoči morata delovati komplementarno in se smiselno dopolnjevati, ne smeta pa se izključevati. Kajti značilnost sodobnega sveta so prav mrežne strukture oziroma socialne mreže, ki pogojujejo posameznikovo stopnjo vključenosti in tako v veliki meri določajo kakovost posameznikovega življenja. Šibke socialne mreže lahko posameznike depriviligirajo pri socialni podpori in neformalni pomoči, ki jo potrebuje za aktivno sodelovanje in dostop do socialnega življenja. V času tehnologije pa lahko večjo socialno integriranost omogočajo prav internet in druge oblike računalniško posredovane komunikacije. Ker pa se socialno delo ukvarja z iskanjem in raziskovanjem socialnih mrež, se je potrebno zavedati sprememb na tem področju in trenda vse večje prisotnosti virtualnih socialnih omrežij. Le-ta so pri pomoči pomembna in so lahko pomemben vir pomoči. Ker krepitev moči pomeni ustvarjanje ali lajšanje dostopnosti virov, se moramo v današnjem času zavedati, da iskanje le-teh v bližnji okolici ni dovolj, zaradi česar je potrebno morebitne vire pomoči iskati tudi v virtualnem svetu uporabnika. Vse to pa so področja ki še kako pomembno vplivajo tudi na socialno delo, ki svoje delo gradi na vzdrževanju osebnega stika in neposrednem pogovoru. Zdi se mi pomembno, da se socialni delavci tega zavedamo in spremljamo dogajanje na tem področju, kljub temu, da morda ni neposredno povezano z našim delom.

HIPOTEZE

H1: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na premostitveni socialni kapital posameznika.

H2: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na vezivni socialni kapital posameznika.

H3: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na ohranjevalni socialni kapital posameznika.

VPRAŠANJA

- Ali v primeru uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook spol lahko vpliva na obseg posamezne vrste socialnega kapitala?
- Ali življenjsko okolje posameznika vpliva na intenzivnost uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook?
- Ali v primeru uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook življenjsko okolje lahko vpliva na obseg posamezne vrste socialnega kapitala?
- Ali velikost virtualne socialne mreže vpliva na količino dobljene socialne opore?

3 METODOLOGIJA

3.1 VRSTA RAZISKAVE, MODEL RAZISKAVE IN SPREMENLJIVKE

Glede na vrsto, bi lastno raziskavo opredelila kot deskriptivno in kvantitativno. Deskriptivna ali opisna zato, ker je bil moj namen količinsko oceniti glavne značilnosti uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook in socialnega kapitala, ter preveriti ali obstaja kakšna povezava med obema pojavoma. Kvantitativna pa zato, ker sem pri svoji raziskavi zbirala številčne podatke in jih tudi kvantitativno analizirala (Mesec 1997: 38, 42). V raziskavi so bile uporabljene naslednje spremenljivke:

Spol: moški, ženski

Starost: poljubno

Življenjsko okolje: podeželsko, mestno, obmestno

Namen uporabe Facebooka:

- 2 trditvi z vrednostmi od 1 do 5
- Vključeni podatki v profilu z možnostjo več odgovorov
- Zanimanje za profil z možnostjo več odgovorov

Intenzivnost uporabe Facebooka:

- Število prijateljev dodanih na Facebooku z vrednostmi manj kot 10, 11 do 50, 51 do 100, 101 do 150, 151 do 200, 201 do 250, 251 do 300, 301 do 400, več kot 400
- Število minut z vrednostmi manj ko 10 minut, 10 do 30 minut, 31 do 60 minut, 1 do 2 uri, 2 do 3 ure, več kot tri ure
- Lestvica 6 trditev z vrednostmi od 1 do 5

Premostitveni socialni kapital: lestvica 10 trditev z vrednostmi od 1 do 5

Vezivni socialni kapital: lestvica 10 trditev z vrednostmi od 1 do 5

Ohranjevalni socialni kapital: lestvica 5 trditev z vrednostmi od 1 do 5

3.2 MERSKI INSTRUMENT IN VIRI PODATKOV

Za preverjanje hipotez in iskanje odgovorov na vprašanja izpostavljena v problemu sem kot merski instrument uporabila anketni vprašalnik (glej prilogo 9.1). Tudi sicer anketa sodi med najpogostejše načine neposrednega zbiranja podatkov v družboslovju nasploh (Bregar et al. 2005: 86). V primeru moje raziskave sem uporabila spletno anketo, ki sem jo sestavila s

pomočjo spletne aplikacije »Google Docs«. Vprašalnik je bil sestavljen iz šestih vsebinskih sklopov in je skupno obsegal 40 vprašanj. Določeni sklopi in deli vprašalnika so bili povzeti po raziskavi z naslovom: *The Benefits of Facebook »Friends:« Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites* (Ellison et al. 2007).

V prvem sklopu z naslovom *demografske značilnosti* sem spraševala po spolu, starosti in življenjskem okolju. Vprašanja o spolu in življenjskem okolju sta bili zaprtega tipa, starost pa so lahko anketiranci vpisovali v prazno polje (odprti tip vprašanja).

Drugi sklop so sestavljala štiri vprašanja, s katerimi sem ugotavljala *namen uporabe Facebooka*. Prvi dve vprašanji sta bili oblikovani kot trditvi na katera so anketiranci podali svoja subjektivna mnenja. V ta namen je bila uporabljena petstopenjska Likertova lestvica (sumarna lestvica), kjer so bili možni odgovori naslednji: 1 – popolnoma se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – sem nevtralen/a, 4 – se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam. Ta lestvica anketirancem omogoča, da jasno opredelijo svojo raven strinjanja oziroma nestrinjanja z določeno trditvijo. Uporaba te lestvice omogoča tudi merjenje smeri in intenzitete posameznikovega subjektivnega mnenja (Bregar et al. 2005: 105, gl. tudi Mesec 1997, gl. tudi Albaum 1997: 1). Pri drugih dveh vprašanjih, ki sta bili zaprtega tipa, pa so anketiranci lahko označili, katere podatke izmed navedenih so vključili v svoj profil na Facebooku in koga po njihovem mnenju ti podatki zanimajo (v obeh primerih je bilo možnih več odgovorov, oziroma so polje pustili prazno, v kolikor podatka v svojem profilu nimajo vključenega).

Intenzivnost uporabe Facebooka sem merila v tretjem sklopu vprašalnika. V prvi vrsti me je zanimalo število »Facebook prijateljev« posameznika in čas, ki ga na dan v povprečju nameni Facebook aktivnostim. Ta dva podatka kažeta bolj objektivni pogled na intenzivnost uporabe oziroma intenzivnosti v smislu fizične uporabe aplikacije. Valenzuela, Park in Kee (2008: 20) so mnenja, da ta prva dva vprašanja predstavljata tradicionalen pristop k merjenju uporabe določenega medija oziroma izpostavljenosti posameznika mediju. V našem primeru gre za merjenje trajanja izpostavljenosti Facebook aplikaciji. Medtem ko ostalih šest trditev sklopa obravnava izključno subjektivni pogled na intenzivnost (merjeno z uporabo petstopenjske Likertove lestvice), torej koliko je posameznik čustveno navezan na spletno socialno omrežje Facebook in do kakšne mere je le-to integrirano v njegovo vsakdanje življenje.

V nadaljevanju sledijo sklopi, ki merijo posamezno vrsto socialnega kapitala, glede na teoretično razdelitev, ki je bila podana že v četrtem poglavju moje diplomske naloge. Teoretični pregled, ki predstavlja osnovo za oblikovanje vprašanj, s katerimi merimo posamezno vrsto socialnega kapitala v članku poda Dmitri Williams (2006: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>). Na to teoretično osnovo se naslanjajo tudi drugi avtorji (Ellison et al. 2007, Valenzuela et al. 2008), zaradi česar sem se odločila, da jo uporabim tudi sama.

Četrty sklop meri *premostitveni socialni kapital*. Sklop je sestavljen iz desetih trditve, za katere so anketiranci podali svoje subjektivno mnenje (petstopenjska Likertova lestvica). Trditve s te lestvice merijo, v kolikšni meri imajo posamezniki interakcije z ljudmi izven svojega lokalnega območja, v kolikšni meri so zainteresirani za preizkušanje novih in nepoznanih stvari, ter ugotavljanje, ali se zanimajo tudi za mnenja drugih ljudi. Poleg tega sklop vključuje trditve, ki merijo, v kolikšni meri ljudje čutijo, da so del večje skupnosti, da so bolj povezani s svetom in da smo vsi na svetu preko spleta povezani. Hkrati te trditve skušajo oceniti dejstvo, ali so ljudje pripravljeni nameniti svoj čas za sodelovanje v aktivnostih skupnosti. Williams (2006: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>) poleg omenjenega poudarja še, da morajo trditve izmeriti, v kolikšni meri posameznik spoznava nove ljudi zgolj s tem, da je del skupnosti in da v njej sodeluje (zadnji dve trditvi sklopa).

Vezivni socialni kapital sem prav tako kot premostitveni socialni kapital merila s pomočjo desetih trditve (Likertova lestvica), katere naj bi po Williamsu (2006: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>) zajemale merila za merjenje oblik socialne opore. V prvi vrsti trditve zajemajo vprašanja o tem, ali ljudje zaupajo drugim pri reševanju svojih (tudi intimnih) težav ali imajo koga h komur se lahko obrnejo po nasvet ali pa zgolj za premagovanje občutka osamljenosti. Sledijo trditve s katerimi preverjamo, ali ima posameznik v skupnosti dostop do omejenih sredstev, ki so lahko otipljiva (denar) in neotipljiva (ugled, ki ga nekdo drug tvega zanj). Sklop meri tudi prisotnost informacij in dejanj, ki mu jih nudi njegova socialna mreža (v našem primeru virtualna socialna mreža »Facebook prijateljev«), ki jih običajno potrebuje ob večjih življenjskih spremembah.

Zadnji, šesti sklop meri *ohranjevalni socialni kapital* (Ellison et al. 2007) v smislu, ali Facebook omogoča posamezniku ohraniti svojo socialno mrežo, tudi po tem, ko se od nje

fizično oddalji. Sklop zajema pet trditev, ki se navezujejo predvsem na osebe iz preteklih življenjskih obdobj (bivši sošolci, prijatelji iz otroštva, itd.), merijo pa, ali te osebe posamezniku lahko nudijo različne informacije, usluge ali pa zgolj ponovno vzpostavljanje stikov in druženje.

3.3 POPULACIJA IN VZORČENJE

Populacija, na osnovi katere sem v nadaljevanju izvajala analizo, so vsi uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook v Sloveniji, stari od 18 do 34 let. Vseh uporabnikov Facebooka v Sloveniji na dan 02.06. 2010 je bilo po podatkih spletne strani »Facebakers.com« 575.920 (<http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/SI/chart-interval-5/>) in več kot polovica vseh teh je pripadalo omenjenemu starostnemu razredu. Ker je bil moj namen raziskave analizirati odnos med uporabo spletnega socialnega omrežja Facebook in socialnim kapitalom posameznika, se izbira omenjene populacije zdi najbolj logična. Saj so prav uporabniki tega spletnega socialnega omrežja tisti, ki lahko najbolj subjektivno ocenijo omenjen odnos in s tem podajo kar najbolj realno sliko o uporabi Facebooka in vplivom na posameznikovo življenje. Glede na to, da gre za veliko populacijo, ki bi jo težko v celoti zajela, sem uporabila neslučajnostni priročni vzorec, saj mi je bil ta preko mojega profila na Facebooku najlažje dostopen. Končni vzorec obdelave je obsegal 199 uporabnikov Facebooka. V prvi vrsti sem omenjen vprašalnik poslala svojim »Facebook prijateljem«, ki v večini primerov sodijo v omenjeni starostni razred. Ker pa moja socialna mreža na Facebooku ni tako velika, sem v želji, da bi pridobila čim večje število vrnjenih anket, svoje stike zaprosila, da jih tudi sami posredujejo naprej. V desetih dneh sem dobila vrnjenih skupaj 263 rešenih anket, od katerih jih je bilo 248 primernih glede na starostni razred anketirancev. Končno število v analizi uporabljenih anket je bilo že omenjenih 199, kar pomeni, da jih je bilo še 64 nepopolno rešenih in zato v nadaljevanju izločenih.

3.4 ZBIRANJE PODATKOV

Kot sem že predhodno omenila je bila moja anketa ustvarjena s pomočjo spletnega orodja Google Docs. Samo povezavo do ankete (<https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dDF5YVo4Wi02SGZ5RUJJQjJ4S0dobWc6MQ>) sem posredovala svojim stikom na Facebooku. Anketa je bila dostopna deset dni, v časovnem obdobju od 08.07.2010 do 18.07.2010, štiriindvajset ur na dan. Uporabniki so do

ankete lahko dostopali s preprostim klikom na povezavo, na tem mestu izpolnili anketo in jo na koncu potrdili s klikom na gumb »*submit*« (oddaj). Anketa je bila anonimna, rezultati rešenih anket so se s pomočjo že omenjenega spletnega orodja sproti beležili v zbirnik podatkov, ki pa je bil dostopen preko uporabniškega imena in gesla samo meni.

3.5 OBDELAVA IN ANALIZA PODATKOV

Vse dobljene podatke iz vrnjenih anket sem obdelala kvantitativno, pri čemer je vsa obdelava potekala računalniško z uporabo programa Microsoft Office Excel 2007. Orodje Google Docs že v osnovi omogoča neposredno kopiranje podatkov iz zbirnika v MS Excel brez kakršne koli druge transformacije. Nekatere izmed podatkov je bilo pred obdelavo potrebno zakodirati (npr: spol, življenjsko okolje,...), medtem ko so bili ostali podatki uporabni v prvotni obliki neposredno iz zbirnika. Podatke sem uredila in prikazala v obliki tabel z absolutnimi, relativnimi frekvencami, ter s prikazom kumulativnih frekvenc in s pomočjo grafov. Glavne statistične mere, uporabljene pri razlagi rezultatov, so bili izračunani odstotki, povprečja (aritmetična sredina), pri preverjanju hipotez pa za ugotavljanje stopnje povezanosti izračun Hi-kvadrat statistike. V nekaterih primerih je bilo za izračun slednje potrebno določene razrede podatkov tudi združevati, ker so bile izračunane teoretične frekvence prenizke.

4 REZULTATI

4.1 SPLOŠNI PREGLED REZULTATOV RAZISKAVE

Demografski podatki:

Izmed vseh 199 v analizi upoštevanih anketirancev jih je 139 ženskega spola, kar predstavlja slabih 70% vzorca, preostalih 30%, oziroma 60 anketirancev pa je bilo moškega spola.

Tabela 4.1: Struktura anketirancev po spolu

spol	f	f°
moški	60	30,15%
ženski	139	69,85%
skupaj - n	199	100%

Starostna struktura anketirancev, ki je razvidna iz tabele 4.2 kaže, da je bila polovica vseh anketirancev starih med 22 in 26 let, drug številčno najbolj zastopan razred v prikazani starostni strukturi pa zajema 27% vseh anketirancev, ki so stari med 26 in 30 let. Podobnost se kaže tudi v starostni strukturi po spolu. Največji delež žensk (59%) se uvršča v razred med 22 do 26 let, medtem ko je največji delež moških (38%) v starostnem razredu med 26 in 30 let. Podatek o relativni kumulativni frekvenci vseh anketirancev pa kaže, da je kar 91% slednjih starih do 30 let.

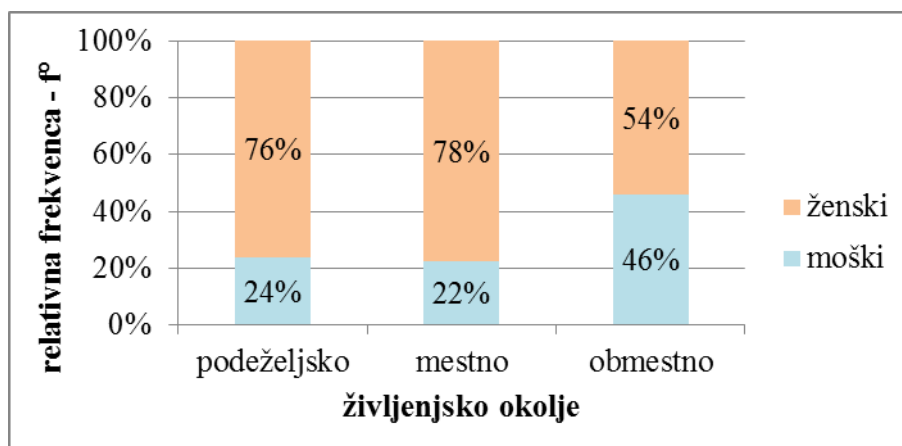
Tabela 4.2: Starostna struktura anketirancev

spol	moški				ženski				skupaj			
	f	f°	F	F°	f	f°	F	F°	f	f°	F	F°
18 - 22	11	18%	11	18%	18	13%	18	13%	29	15%	29	15%
22 - 26	17	28%	28	47%	82	59%	100	72%	99	50%	128	64%
26 - 30	23	38%	51	85%	31	22%	131	94%	54	27%	182	91%
30 - 34	9	15%	60	100%	8	6%	139	100%	17	9%	199	100%
skupaj - n	60	100%			139	100%			199	100%		

Anketiranci so glede na življenjsko okolje iz katerega prihajajo razporejeni dokaj enakomerno. Največ, 36% vseh anketiranih je opredelilo, da prihaja iz podeželja, 34% iz

mesta, 30% pa iz obmestnega okolja. Če ob življenjskem okolju upoštevamo še strukturo po spolu ugotovimo, da je struktura med moškimi in ženskami nekoliko drugačna le med tistimi, ki prihajajo iz obmestnega okolja.

Graf 4.1: Struktura anketirancev glede na življenjsko okolje in spol



Namen uporabe Facebooka

V prvih dveh vprašanjih sklopa namena uporabe Facebooka so posamezniki podajali svoje subjektivne ocene o tem, kako se z omenjenima trditvama strinjajo oziroma ne strinjajo.

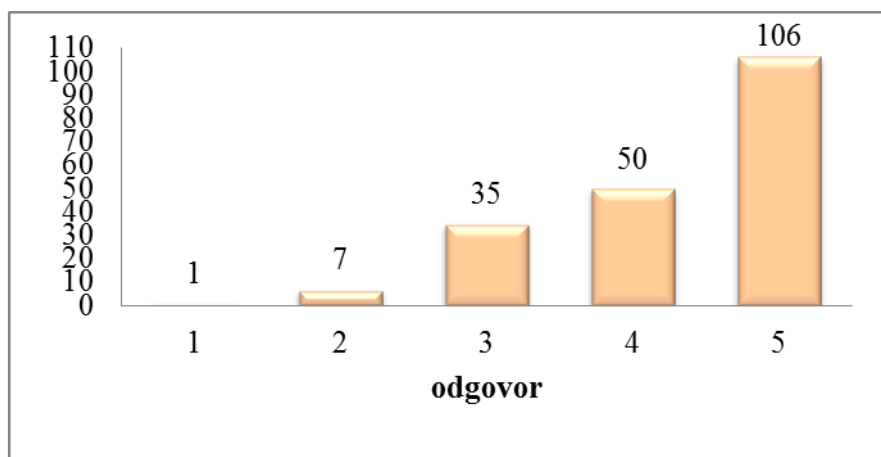
Več kot polovica (53%, oziroma 106 oseb) se popolnoma strinja, da Facebook uporabljajo predvsem za povezovanje z ljudmi, ki jih tudi osebno poznajo, čemur pritrjuje tudi aritmetična sredina odgovora 4,27.

Tabela 4.3: Struktura odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam, da poiščem in se povežem z ljudmi, ki jih poznam tudi osebno«

odgovori*	f	f°	F	F°
1	1	1%	1	1%
2	7	4%	8	4%
3	35	18%	43	22%
4	50	25%	93	47%
5	106	53%	199	100%
skupaj - n	199	100%		

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Graf 4.2: Grafični prikaz razporeditve odgovorov* na trditev: »Facebook uporabljam, da poiščem in se povežem z ljudmi, ki jih poznam tudi osebno«



*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

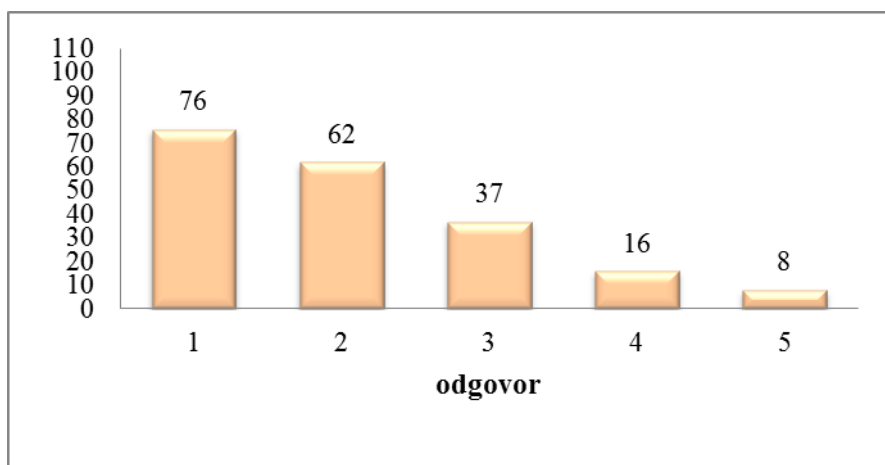
Kar 69% vseh anketiranih se ne strinja s trditvijo, da Facebook uporabljajo za pridobivanje novih poznanstev (tabela 4.4). Najpogosteje so se pri tej trditvi odločili za oceno 1 (popolnoma se ne strinjam) kar 76 oseb. O njihovem nestrinjanju z drugo trditvijo tega sklopa, pa priča tudi aritmetična sredina, ki znaša 2,09.

Tabela 4.4: Struktura odgovorov na trditev: »Facebook uporabljam za pridobivanje novih poznanstev«

odgovori*	f	f°	F	F°
1	76	38%	76	38%
2	62	31%	138	69%
3	37	19%	175	88%
4	16	8%	191	96%
5	8	4%	199	100%
skupaj - n	199	100%		

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Graf 4.3: Grafični prikaz razporeditve odgovorov* na trditev: »Facebook uporabljam za pridobivanje novih poznanstev«



*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

V nadaljevanju sem za pridobitev boljše predstave o tem, s kakšnim namenom člani moje ciljne skupine uporabljajo Facebook, vključila še dve vprašanji, s katerima sem skušala ugotoviti katere podatke vključujejo v svoj profil in jih s tem razkrivajo tudi drugim, ter kdo se po njihovem mnenju zanima za njihov profil. Ti podatki razširijo pogled v to ali Facebook uporabljajo za vzdrževanje že obstoječih socialnih mrež ali z namenom spoznavanja novih ljudi.

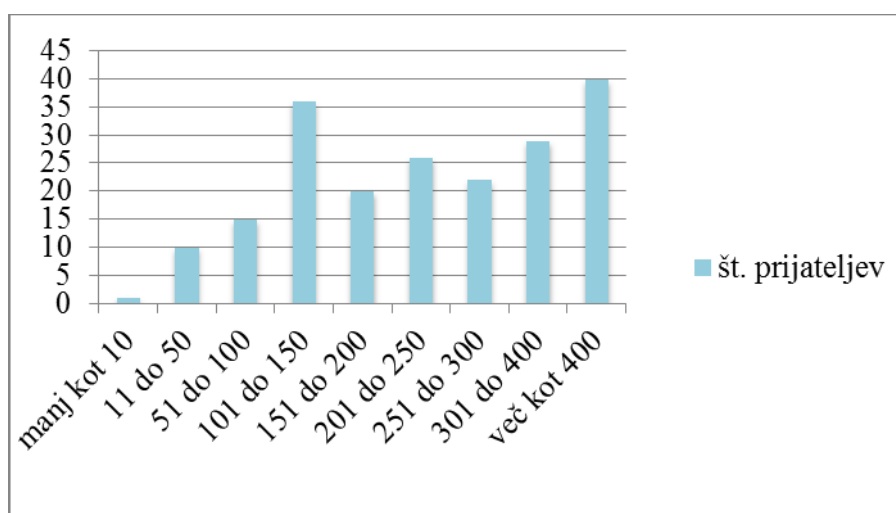
Pogled na rezultate razkriva, da v večini Facebook uporabljajo za vzdrževanje obstoječih stikov, kar sem ugotovila že iz subjektivnih ocen, ki so jih podali pri prvih dveh vprašanjih tega sklopa. Slika podatkov drugih dveh vprašanj tega sklopa pa pokaže, da najpogosteje vključujejo v svoj profil predvsem podatke o spolu, datumu rojstva, domačem kraju, svoj E-mail naslov ter svojo sliko. Slaba polovica jih je označila bodisi naziv srednje šole bodisi fakultete (ali pa oboje). Kar lahko tudi priča o tem, da želijo stike vzdrževati tudi z bivšimi sošolci. Hkrati jih je kar 91% mnenja, da si njihov profil ogledujejo prav bivši sošolci in ostali prijatelji (87%), sodelavci (43%), sosedje (37%), družina (34%). Torej predvsem ljudje, s katerimi se poznajo že od prej oziroma so se spoznali izven spletnega socialnega omrežja Facebook. Kar 54% posameznikov je mnenja, da si njihov profil ogleda tudi nekdo, ki so ga pred kratkim spoznali na zabavi in si želi izvedeti kaj več o njih preko njihovega profila. Poleg povedanega je razvidno, da se v večini primerov osebnih in občutljivih podatkov (spolna usmerjenost, politična opredelitev, versko prepričanje, mobilni, stacionarni telefon, naslov) ne razkriva pogosto. Iz tega lahko sklepamo, da popolnim neznancem tovrstnih podatkov ne želijo razkrivati, njihovi tako imenovani »prijatelji« pa so s temi informacijami

že seznanjeni v tej meri, kolikor jih je posameznik pripravljen deliti izven »svetovnega spleta«. Točnejši prikaz vseh rezultatov je razviden iz priloge 9.3.

Intenzivnost uporabe Facebooka

Sklop sestavlja dve vprašanji in šest trditev. Z vprašanji sem izmerila objektivni pogled na intenzivnost uporabe Facebooka, z ostalimi trditvami pa sem zbirala subjektivna mnenja anketirancev in s tem zajela še subjektivni pogled. Število prijateljev dodanih na Facebooku je lahko merilo velikosti virtualne socialne mreže posameznika in iz dobljenih rezultatov lahko ugotovim, da imajo posamezniki dokaj velike virtualne socialne mreže oziroma veliko dodanih »prijateljev«. Iz grafa 4 je razvidno, da ima največ anketirancev več kot 400 »prijateljev«.

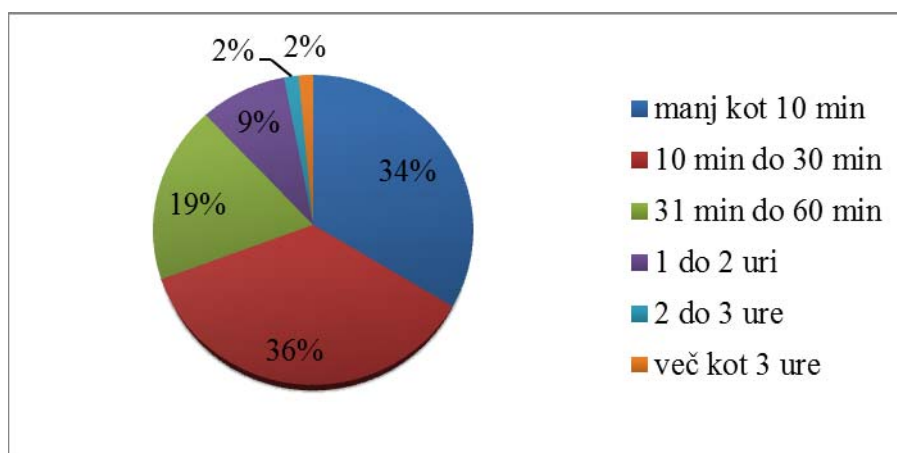
Graf 4.4: Grafični prikaz števila dodanih »prijateljev« na Facebooku



Število oseb, ki ima dodanih do 100 »prijateljev« je razmeroma nizko (skupaj 26 oseb), v preostalih razredih pa je porazdeljenih skoraj 70% vseh anketirancev, pri čemer najbolj izstopata razreda od 101 do 150 (36 oseb), ter z več kot 400 dodanimi »prijatelji« (40 oseb).

Drugi kazalec intenzivnosti uporabe pa je čas, ki ga posameznik preživi na Facebooku. Iz rezultatov je razvidno (graf 4.5), da velika večina posameznikov na dan na Facebooku preživi manj kot 10 minut (34%), oziroma od 10 do 30 minut (36%).

Graf 4.5: Grafični prikaz odstotkov časa preživetega na Facebooku



Rezultate odgovorov na naslednje trditve, ki podajajo subjektivno oceno posameznikov na intenzivnost uporabe sem združila v tabeli 4.5.

Tabela 4.5: Struktura odgovorov na trditve o intenzivnosti uporabe Facebooka

trditev	odgovor*										aritm. sredina
	1		2		3		4		5		
	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	
3	45	23%	51	26%	43	22%	36	18%	24	12%	2,71
4	28	14%	56	28%	67	34%	28	14%	20	10%	2,78
5	41	21%	50	25%	32	16%	49	25%	27	14%	2,85
6	134	67%	29	15%	22	11%	10	5%	4	2%	1,60
7	108	54%	56	28%	25	13%	7	4%	3	2%	1,70
8	52	26%	40	20%	45	23%	37	19%	25	13%	2,71

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Skupen pogled na trditve kaže, da so v povprečju vsa mnenja na območju nestrinjanja z njimi. Največje nestrinjanje se kaže pri šesti trditvi, kjer se jih kar 134 (67%) popolnoma ne strinja s tem, da so neseznanjeni z dogajanjem, v kolikor se na Facebook ne prijavijo prav vsak dan. Podoben rezultat se kaže tudi v odgovorih na sedmo trditev, kjer se jih več kot polovica (54%) popolnoma ne strinja s trditvijo, da se čutijo kot pomemben del Facebook skupnosti. Pri ostalih trditvah že iz aritmetičnih sredin odgovorov vidimo, da se anketiranci nagibajo h odgovorom »se ne strinjam« in »sem nevtralen/a«. Glede trditve, da je Facebook del njihovega vsakdanjega življenja se ne strinja 51 oseb oziroma 43 jih je nevtralnih. Še največ nevtralnih, 34% jih je pri trditvi *ponosno povem, da imam svoj Facebook profil*. Izmed vseh šestih trditev se anketiranci v največji meri strinjajo s trditvijo, da je Facebook postal del

njihove vsakdanje rutine. Slabih 40% se jih s to trditvijo strinja oziroma popolnoma strinja, še vedno pa je delež tistih ki se ne strinjajo prevladujoč. V skladu s tem so nekako pričakovani tudi rezultati odgovorov na zadnjo trditev, ki kažejo, da dobri četrtini anketirancev ne bi bilo žal, če bi se Facebook stran ukinila.

Premostitveni socialni kapital

Ta sklop je vseboval deset trditev. Njihove rezultate, sem podobno kot pri intenzivnosti uporabe zaradi boljše preglednosti združila in prikazala v naslednji tabeli:

Tabela 4.6: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital

trditev	odgovor*										aritm. sredina
	1		2		3		4		5		
	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	
1	33	17%	68	34%	62	31%	27	14%	9	5%	2,55
2	48	24%	63	32%	61	31%	24	12%	3	2%	2,35
3	43	22%	59	30%	60	30%	31	16%	6	3%	2,49
4	36	18%	46	23%	55	28%	43	22%	19	10%	2,81
5	75	38%	62	31%	38	19%	16	8%	8	4%	2,1
6	46	23%	51	25%	54	27%	35	18%	13	7%	2,59
7	30	15%	35	18%	60	30%	53	27%	21	11%	3
8	38	19%	59	30%	57	29%	32	16%	13	7%	2,61
9	46	23%	42	21%	56	28%	39	20%	16	8%	2,68
10	95	48%	59	30%	28	14%	12	6%	5	3%	1,86

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Struktura prvih štirih trditev je dokaj podobna. Le-te merijo, ali interakcije z drugimi ljudmi na Facebooku spodbujajo ljudi, da se v večji meri zanimajo za stvari, ki se dogajajo izven njihovega kraja, za stvari ki jih še ne poznajo, za mnenja različnih ljudi o določeni tematiki in o drugih krajih po svetu. Tu se odgovori v povprečju gibljejo med tem, da se ne strinjajo in tem, da so do teh trditev neopredeljeni. Pri peti trditvi pa se pokaže nekoliko večje odstopanje, saj se večina anketirancev ne strinja s trditvijo (38% se jih »popolnoma ne strinja«, 31% se jih »ne strinja«), da jim interakcije na Facebooku dajejo občutek, da so del neke večje skupnosti. Šesta in sedma trditev sta si po vsebini zelo podobni, merita pa občutek povezanosti s pomočjo interakcij. Pri rezultatih odgovorov je moč opaziti, da se pri sedmi trditvi nekoliko bolj nagibajo k strinjanju z njo, saj se jih 27% s trditvijo strinja, medtem ko je pri šesti trditvi takšnih odgovorov 18%. Kljub vsemu pa je povprečje teh dveh odgovorov podobno ostalim trditvam tega sklopa. Po pregledu rezultatov je opaziti, da je svoj čas za sodelovanje pri Facebook aktivnostih (pisanje na zid, pogovor, komentiranje,...) v večji meri pripravljeno

nameniti manjše število posameznikov, ki se z osmo trditvijo strinjajo oziroma popolnoma strinjajo. Ostali se bolj nagibajo k nestrinjanju, torej so svoj čas v manjši meri pripravljeni nameniti tem aktivnostim. Zadnji dve trditvi, *interakcije z ljudmi na Facebooku mi omogočajo spoznavanje novih ljudi* in *na Facebooku nenehno prihajam v stik z novimi ljudmi*, merita aspekt do kolikšne mere imajo posamezniki občutek, da se jim s pomočjo Facebooka njihova socialna mreža lahko povečuje. Iz odgovorov na deveto trditev je razvidno, da so večinoma neopredeljeni (28%) oziroma se jih skupaj kar 44% ne strinja z mislijo, da jim uporaba Facebooka bistveno povečuje njihovo socialno mrežo. Na kar kažejo tudi odgovori na zadnjo trditev, kjer ima le slabe 3% vseh anketirancev občutek, da zaradi uporabe Facebooka nenehno prihajajo v stik z novimi ljudmi.

Vezivni socialni kapital

Tudi ta sklop je obsegal deset trditev, pri čemer sta bili tretja in deveta trditev po vrsti pomensko obrnjeni (nikalni trditvi), kar pomeni, da sem še pred izračunom statističnih mer odgovore prekodirala v Likertovo lestvico naslednje oblike: 5 – popolnoma se ne strinjam, 4 – se ne strinjam, 3 – sem nevtralen/a, 2 – se strinjam, 1 – popolnoma se strinjam. Na ta način poenoteni odgovori na vse trditve so zbrani v naslednji tabeli:

Tabela 4.7: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital

trditev	odgovor*										
	1		2		3		4		5		
	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	aritm. sredina
1	19	10%	28	14%	34	17%	61	31%	57	29%	3,55
2	38	19%	34	17%	31	16%	37	19%	59	30%	3,23
3	26	13%	23	12%	23	12%	37	19%	90	45%	3,71
4	64	32%	57	29%	42	21%	22	11%	14	7%	2,32
5	93	47%	33	17%	27	14%	19	10%	27	14%	2,27
6	63	32%	45	23%	37	19%	29	15%	25	13%	2,54
7	16	8%	27	14%	64	32%	58	29%	34	17%	3,34
8	66	33%	41	21%	48	24%	25	13%	19	10%	2,45
9	10	5%	33	17%	49	25%	56	28%	51	26%	3,53
10	16	8%	25	13%	63	32%	50	25%	45	23%	3.42

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Iz rezultatov že pri prvi trditvi vidimo, da so anketiranci mnenja, da na Facebooku lahko najdejo nekoga, na katerega bi se obrnili po pomoč. Kar 60% jih je na to trditev odgovorilo pritrdilno z oceno 4 ali 5. Anketiranci so tudi mnenja, da je lahko Facebook »mesto«, kjer najdejo nasvet pri sprejemanju pomembnih odločitev, saj se največ anketirancev s to trditvijo

popolnoma strinja (30%). Tudi naslednja trditev podobno kot prvi dve preverja iskanje socialne opore preko Facebooka, vendar pa je bila postavljena v nikalni obliki. V tabeli 4.7 med odgovori vidimo, da se jih tudi tukaj največ popolnoma strinja (45%) s tem, da na Facebooku najdejo nekoga, komur lahko zaupajo svoje osebne intimne probleme. Tudi rezultati devete trditve, ki je bila postavljena v nikalni obliki pritrjujejo, da so anketiranci mnenja, da v svoji virtualni socialni mreži na Facebooku ljudi poznajo dovolj dobro, da jih lahko zaprosijo za pomembno uslugo. Zanimivi pa so rezultati dobljeni s četrto trditvijo, saj kažejo na to, da se anketiranci ne strinjajo s trditvijo, da je na Facebooku vedno nekdo, s komer se lahko pogovorijo, ko se počutijo osamljene (32% se jih popolnoma ne strinja, 29% se jih ne strinja). Trditve 5 in 8 se usmerjata predvsem na preverjanje možnosti iskanja instrumentalne opore. Kar 47% anketirancev se popolnoma ne strinja, da na Facebooku poznajo osebo, na katero bi se lahko obrnili s prošnjo denarnega posojila. Podobno je pri osmi trditvi – *na Facebooku so osebe, ki bi bile pripravljene potrošiti svoje prihranke za reševanje moje osebne stiske*, kjer je sicer odstotek popolnega nestrinjanja nekoliko nižji, a še vedno prevladujoč (33%). Prav tako so anketiranci mnenja, da na Facebooku ni osebe, ki bi bila pripravljena tvegati svoj ugled zanje. Malo drugačna slika se kaže pri sedmi trditvi, kjer so odgovori bolj pritrdilni (46%) in kažejo, da imajo anketiranci več zaupanja v to, da je na Facebooku nekdo, ki jim lahko pomaga z informacijami pri iskanju zaposlitve. Tudi v situaciji, ko se posamezniku godi krivica, so anketiranci mnenja, da so na Facebooku osebe, ki bi jim pomagale. Tako jih je 48% mnenja, da bi takšno obliko pomoči lahko našle v svoji virtualni mreži, slabih 30% pa se s tem ne strinja.

Ohranjevalni socialni kapital

Tudi ta sklop preverja, v kolikšni meri so posamezniki mnenja, da jim kontakti na Facebooku lahko nudijo različne informacije, usluge in druge vrste pomoči, vendar je ta sklop usmerjen zgolj na osebe iz preteklih življenjskih obdobij posameznika. To sem preverjala s petimi postavljenimi trditvami, s katerimi so se anketiranci večinoma strinjali. Kot je iz tabele 4.8 razvidno, so aritmetične sredine odgovorov na vse trditve večje od tri.

Tabela 4.8: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital

trditev	odgovor*										aritm. sredina
	1		2		3		4		5		
	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	f	f°	
1	6	3%	21	11%	45	23%	71	36%	56	28%	3,75
2	8	4%	23	12%	36	18%	71	36%	61	31%	3,77
3	11	6%	30	15%	50	25%	61	31%	47	24%	3,52
4	5	3%	18	9%	59	30%	60	30%	57	29%	3,73
5	2	1%	3	2%	12	6%	44	22%	138	69%	4,57

*Ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«.

Druga in tretja trditev se ponovno nanašata na instrumentalno obliko pomoči v smislu, da so ljudje iz preteklih življenjskih obdobj lahko dober vir pomoči v obliki nudenja manjših uslug, kot je na primer možnost prenočitve. V obeh primerih je bil najpogostejši odgovor »se strinjam«, saj je takšno mnenje podalo preko 30% anketirancev. Tudi v smislu pridobivanja informacij o dogodkih in o možnostih zaposlitve s strani teh ljudi, izpostavljenih v prvi in četrti trditvi, so anketiranci v večini primerov označili odgovor »se strinjam«, v obeh primerih tudi tu preko 30%. Rezultati na zadnjo trditev so v skladu s teorijo nekako pričakovani, kjer se 70% vseh anketirancev popolnoma strinja s tem, da Facebook omogoča enostavno iskanje ljudi iz preteklih življenjskih obdobj in omogoča lažje vzdrževanje in ponovno vzpostavljanje stikov med njimi.

4.2 PREVERJANJE HIPOTEZ

H1: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na premostitveni socialni kapital posameznika.

Za preverjanje hipoteze sem kot merilo intenzivnosti uporabe Facebooka uporabila celoten tretji sklop ankete, ki je zajemal dve vprašanji in šest trditvev. Zato, da sem lahko intenzivnost uporabe v izračunu uporabila kot celoto, sem za vsakega posameznika izračunala povprečen odgovor za omenjeni sklop. Da pa je bil izračun povprečja možen, sem morala prvi dve vprašanji preoblikovati tako, da sta imeli pet razredov in bili tako združljivi z ostalimi trditvami tega sklopa. Število prijateljev dodanih na Facebooku sem združila v razrede: 1 – do 50, 2 – 51 do 150, 3 – 151 do 250, 4 – 251 do 400, 5 – več kot 400 prijateljev. Minute, ki jih posameznik v povprečju na dan preživi na Facebooku pa sledeče: 1 – manj kot 10 min, 2 – 10 do 30 min, 3 – 30 do 60 min, 4 – 1 do 2 uri, 5 – več kot 2 uri. V nadaljevanju sem posameznike glede na njihov povprečni odgovor razvrstila na tiste z nizko, srednjo in visoko

intenzivnostjo uporabe Facebooka. Pri tem nizka predstavlja tiste, katerih povprečni odgovor je bil od 1 do 2,4, srednja zajema povprečne odgovore od 2,5 do 3,4, visoka pa od 3,5 do 5. Za merjenje premostitvenega socialnega kapitala pa sem uporabila odgovore na vseh deset trditvev tega sklopa, pri čemer sem za vsakega posameznika izračunala njegov povprečen odgovor, ki kot tak predstavlja njegovo raven strinjanja s trditvami. V tem primeru sem posameznike razdelila med tiste, ki se strditvami ne strinjajo (povprečen odgovor od 1 do 2,4), so do njih nevtralni (povprečen odgovor od 2,5 do 3,4) in na tiste, ki se z njimi strinjajo (povprečen odgovor od 3,5 do 5). Na ta način obdelane in razvrščene podatke iz ankete sem združila v tabelo dejanskih frekvenc (tabela 4.9), ki mi je služila kot osnova za izračun Hi-kvadrat statistike in preverjanja hipoteze.

Tabela 4.9: Dejanske frekvence intenzivnosti uporabe in premostitvenega socialnega kapitala

	strinjanje s trditvami				
intenzivnost uporabe	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
nizka % vrstice	72 67%	34 32%	1 1%	107	2,11
srednja % vrstice	17 27%	38 59%	9 14%	64	2,83
visoka % vrstice	3 11%	13 46%	12 43%	28	3,25
skupaj	92	85	22	199	

Na osnovi prikazanih podatkov je vrednost izračunanega Hi-kvadrata 66,56 (postopek izračuna v prilogi 9.4), kar pomeni, da z zelo veliko gotovostjo sprejemem hipotezo, da obstajajo razlike med uporabniki Facebooka glede na intenzivnost uporabe in njihovim premostitvenim socialnim kapitalom. Hipotezo lahko sprejemem ob minimalnem tveganju (0,01%), da sem se zmotila, saj pri 4 stopinjah prostosti izračunani Hi-kvadrat močno presega zahtevano tabelarično vrednost 23,51 (Košmelj, Rovin 1999: 67). Na podlagi Hi-kvadrat testa tako lahko trdim, *da intenzivnost uporabe Facebooka vpliva na posameznikov premostitveni socialni kapital. Smer vpliva intenzivnosti uporabe Facebooka na premostitveni socialni kapital pa nam lahko nakaže aritmetična sredina subjektivnih ocen za posamezno stopnjo intenzivnosti uporabe.* Konkretno je iz zgornje tabele razvidno, da v našem primeru aritmetične sredine odgovorov naraščajo z večjo intenzivnostjo uporabe. Na smer vpliva nas opozarjajo tudi izračunani vrstični odstotki (tabela 4.9), kjer delež tistih, ki se s trditvami strinjajo, narašča glede na intenzivnost uporabe. Na primer le 1% izmed vseh tistih z nizko

intenzivnostjo uporabe se strinja s trditvami, ki so sestavni del merila za premostitveni socialni kapital. Na drugi strani pa se tisti z visoko intenzivnostjo uporabe v veliko večji meri (43%) strinjajo s podanimi trditvami. Tudi ostali vrstični odstotki kažejo trend, da večja kot je intenzivnost uporabe, večje je strinjanje s trditvami, ki merijo premostitveni socialni kapital. Iz navedenega pa lahko sklepam, da Facebook na nek način lahko pozitivno vpliva na posameznikov premostitveni socialni kapital.

H2: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na vezivni socialni kapital posameznika.

Pri preverjanju te hipoteze je bila intenzivnost uporabe upoštevana na enak način kot v prejšnjem primeru. Za merjenje vezivnega socialnega kapitala sem prav tako uporabila odgovore vseh desetih trditev tega sklopa, kar na enak način kot pri prvi hipotezi prikazuje tabela 4.10. Slednja že upošteva ustrezno prekodirane podatke pri obeh pomensko obrnjenih trditvah (3. in 9. trditev), kar sem omenila že pri splošnem pregledu rezultatov.

Tabela 4.10: Dejanske frekvence intenzivnosti uporabe in vezivnega socialnega kapitala

	strinjanje s trditvami				
intenzivnost uporabe	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
nizka % vrstice	47 44%	34 32%	26 24%	107	2,74
srednja % vrstice	11 17%	24 38%	29 45%	64	3,30
visoka % vrstice	0 0%	11 39%	17 61%	28	3,58
skupaj	58	69	72	199	

Iz prikazanih podatkov izračunan Hi-kvadrat zavzame vrednost 30,21 (postopek izračuna v prilogi 9.5), kar je pri 4 stopinjah prostosti več kot 23,51. Torej ob 0,01% tveganju sprejemem postavljeno hipotezo, da obstajajo razlike med uporabniki Facebooka glede na intenzivnost uporabe in njihovim vezivnim socialnim kapitalom. Podobno kot v prejšnjem primeru lahko trdim, *da intenzivnost uporabe Facebooka vpliva na posameznikov vezivni socialni kapital*. Tudi tu aritmetična sredina subjektivnih ocen navedenih v tabeli 4.10 kaže na trend vse večjega strinjanja s trditvami z večanjem intenzivnosti uporabe. Konkretno vidimo, da so tisti z nizko in srednjo intenzivnostjo uporabe v povprečju do trditev nevtralni, medtem ko se posamezniki z visoko intenzivnostjo uporabe v povprečju s trditvami strinjajo (aritmetična

sredina 3,58). Podobno nas na ta trend opozarjajo tudi izračunani vrstični odstotki, iz katerih konkretno vidimo, da z večjo intenzivnostjo uporabe narašča delež tistih, ki se s trditvami strinjajo. Ob tem je še toliko bolj zgovoren podatek, da nihče izmed tistih z visoko intenzivnostjo uporabe Facebooka glede na povprečen odgovor ne sodi med tiste, ki se z odgovori tega sklopa ne strinjajo. Podobno kot v prejšnjem primeru iz dobljenih rezultatov lahko zaznam pozitiven vpliv intenzivnosti uporabe Facebooka na vezivni socialni kapital.

H3: Intenzivnost uporabe Facebooka ima vpliv na ohranjevalni socialni kapital posameznika.

Pri preverjanju navedene hipoteze sem ohranjevalni socialni kapital merila z upoštevanjem vseh petih trditev in enako kot pri prejšnjih dveh hipotezah populacijo glede na intenzivnost uporabe razdelila na tiste z nizko, srednjo in visoko. Vendar, ker je bilo več kot 20% izračunanih teoretičnih frekvenc manjših od pet je bilo potrebno še dodatno združevanje razredov. Tako končna tabela 4.11 vsebuje dva razreda, ki populacijo delita na tiste z nizko (povprečen odgovor od 1 do 2,5) in tiste z visoko intenzivnostjo uporabe (povprečen odgovor nad 2,50).

Tabela 4.11: Dejanske frekvence intenzivnosti uporabe in ohranjevalnega socialnega kapitala

	strinjanje s trditvami				
intenzivnost uporabe	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
nizka % vrstice	9 8%	36 31%	72 62%	117	3,71
visoka % vrstice	1 1%	16 20%	65 79%	82	4,10
skupaj	10	52	137	199	

Izračunani Hi-kvadrat 8,56 ob dveh stopinjah prostosti, je večji od zahtevanega 5,99 pri pet odstotnem tveganju (postopek izračuna v prilogi 9.6). To pomeni, da z manj kot 5% tveganjem, da se motim, sprejemem hipotezo, da obstajajo razlike med uporabniki Facebooka glede intenzivnost uporabe in njihovim ohranjevalnim socialnim kapitalom. Na podlagi Hi-kvadrat testa tako lahko trdim, da *intenzivnost uporabe Facebooka vpliva na posameznikov ohranjevalni socialni kapital*. Če bi preučevali smer vpliva, iz povprečnih ocen vidimo, da strinjanje s trditvami z intenzivnostjo uporabe narašča. Na to kaže tudi vrstični odstotek nestrinjanja, ki je pri obeh skupinah uporabnikov relativno nizek in narašča z intenzivnostjo

uporabe. Konkretno vidimo, da se slabih 80% tistih z visoko intenzivnostjo uporabe s trditvami strinja, medtem, ko je odstotek tistih z nizko intenzivnostjo uporabe nekoliko nižji (62%). Iz rezultatov je tudi v tem primeru moč zaznati pozitiven vpliv intenzivnosti uporabe na posameznikov ohranjevalni socialni kapital.

4.3 ODGOVORI NA VPRAŠANJA

1. Ali v primeru uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook spol lahko vpliva na obseg posamezne vrste socialnega kapitala?

Pri iskanju odgovorov na to vprašanje sem postavila tri ničelne hipoteze: spol ne vpliva na obseg premostitvenega socialnega kapitala posameznika, spol ne vpliva na obseg vezivnega socialnega kapitala posameznika, spol ne vpliva na obseg ohranjevalnega socialnega kapitala posameznika. V prvi vrsti me je zanimalo, ali obstajajo razlike med spoloma glede strinjanja s trditvami posameznega sklopa socialnega kapitala (ne strinja, nevtralen, se strinja). Za ugotavljanje teh razlik sem izvedla Hi-kvadrat preizkus. V nadaljevanju sta mi izračun povprečne vrednosti odgovorov glede na spol in izračun vrstičnih odstotkov služila kot kazalca za preverjanje, kateri izmed spolov se v večji meri strinja s trditvami, in ima potencialno večji socialni kapital.

H0: Spol ne vpliva na obseg premostitvenega socialnega kapitala posameznika.

V primeru premostitvenega socialnega kapitala je izračunani Hi-kvadrat 1,68 manjši od zahtevane vrednosti 5,99, ki velja za še sprejemljivo 5% tveganje (postopek izračuna v prilogi 9.7). Na tej podlagi sprejemem ničelno hipotezo in tako sklepam, da spol ne vpliva na obseg premostitvenega socialnega kapitala. V povprečju se sicer ženske nekoliko bolj strinjajo s postavljenimi trditvami sklopa, čeprav je tukaj razlika med spoloma relativno majhna, kar je moč razbrati tudi iz samih vrstičnih odstotkov razvidnih v tabeli 4.12. Ker pa teh ugotovljenih razlik statistično ne morem potrditi, sklepam, da so zgolj posledica slučaja in tako spol kot spremenljivka v primeru premostitvenega socialnega kapitala nima pomembnega vpliva.

Tabela 4.12: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital, glede na spol

	strinjanje s trditvami				
spol	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
moški	29	27	4	60	2,41
% vrstice	48%	45%	7%		
ženski	63	58	18	139	2,55
% vrstice	45%	42%	13%		
skupaj	92	85	22	199	

H0: Spol ne vpliva na obseg vezivnega socialnega kapitala posameznika.

V primeru vezivnega socialnega kapitala lahko z veliko gotovostjo (0,1% tveganja) trdim, da razlike med spoloma obstajajo. Izračunani Hi-kvadrat 16,78 preseže zahtevano vrednost 13,82, ki velja za 0,1% tveganje pri dveh stopinjah prostosti, s čimer zavrnem ničelno hipotezo (postopek izračuna v prilogi 9.8). Tudi v tem primeru se v povprečju ženske v večji meri strinjajo s trditvami sklopa vezivnega socialnega kapitala, pri čemer so tu razlike med spoloma nekoliko večje, kar je razvidno tudi iz tabele 4.13. Vrstični odstotki pokažejo, da se kar 45% žensk strinja s trditvami, medtem ko je ta odstotek pri moških vidno manjši (17%).

Tabela 4.13: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital, glede na spol

	strinjanje s trditvami				
spol	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
moški	27	23	10	60	2,65
% vrstice	45%	38%	17%		
ženski	31	46	62	139	3,20
% vrstice	22%	33%	45%		
skupaj	58	69	72	199	

H0: Spol ne vpliva na obseg ohranjevalnega socialnega kapitala posameznika.

Pri sklopu ohranjevalnega socialnega kapitala se moški in ženske v povprečju bolj nagibajo h strinjanju s trditvami, saj je povprečni odgovor v obeh primerih v območju strinjanja, to je nad določeno mejo 3,5 (tabela 4.14). Vrstični odstotki podobno kot povprečni odgovor kažejo, da se ženske s trditvami v večji meri strinjajo, pri čemer pa te razlike niso zgolj posledica slučaja. Namreč izračunani Hi-kvadrat 6,62 je večji od zahtevanega 5,99 pri 5% tveganju in dvema stopinjama prostosti (postopek izračuna v prilogi 9.9). Tako z manj kot 5%

tveganjem, da se motim, lahko zavrnem ničelno hipotezo in trdim, da v primeru ohranjevalnega socialnega kapitala spol lahko vpliva na obseg le-tega.

Tabela 4.14: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital, glede na spol

	strinjanje s trditvami				
spol	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
moški % vrstice	6 10%	19 32%	35 58%	60	3,76
ženski % vrstice	4 3%	33 24%	102 73%	139	3,92
skupaj	10	52	137	199	

Pri uporabi spletnega socialnega omrežja Facebook so v primeru vezivnega in ohranjevalnega socialnega kapitala razlike med spoloma opazne in tudi statistično potrjene. Medtem ko v primeru premostitvenega kapitala teh razlik statistično ne morem potrditi.

2. Ali življenjsko okolje posameznika vpliva na intenzivnost uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook?

Na tem mestu sem raziskovala, ali življenjsko okolje vpliva na intenzivnost uporabe posameznika, ki je bila merjena s povprečnim odgovorom posameznika na vsa vprašanja oziroma trditve sklopa o intenzivnosti uporabe. Pri tem sem kot že v prejšnjih primerih posameznike razdelila na tiste z nizko, srednjo in visoko intenzivnostjo. Tako razvrščene podatke sem glede na življenjsko okolje, iz katerega anketiranci prihajajo, prikazala v tabeli 4.15.

Tabela 4.15: Struktura odgovorov intenzivnosti uporabe glede na življenjsko okolje

	intenzivnost uporabe			
življenjsko okolje	nizka	srednja	visoka	skupaj
mestno	33	23	11	67
obmestno	32	20	9	61
podeželjsko	38	24	9	71
skupaj	103	67	29	199

H0: Življenjsko okolje posameznika ne vpliva na intenzivnost uporabe Facebooka.

Izračun Hi-kvadrat statistike pričakovano potrdi ničelno domnevo, da med posamezniki, ki prihajajo iz različnega življenjskega okolja, ni razlik o intenzivnosti uporabe Facebooka. Vrednost Hi-kvadrata za tabelo 4.15 znaša 0,49, kar je precej nižje od zahtevane vrednosti 9,49 pri še sprejemljivem 5% tveganju in štirih stopinjah prostosti (postopek izračuna v prilogi 9.10).

3. Ali v primeru uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook življenjsko okolje lahko vpliva na obseg posamezne vrste socialnega kapitala?

V pomoč pri iskanju odgovora na zastavljeno vprašanje sem postavila tri ničelne hipoteze, ki predpostavljajo, da življenjsko okolje ne vpliva na posamezno vrsto socialnega kapitala. Te hipoteze sem preverjala s Hi-kvadrat preizkusom, pri čemer sem za sestavo tabel z dejanskimi frekvencami uporabila odgovore na vse trditve posameznega sklopa socialnega kapitala.

H0: Življenjsko okolje ne vpliva na obseg premostitvenega socialnega kapitala posameznika.

Glede na izračunani Hi-kvadrat 3,37, ki je občutno nižji od zahtevanega 9,49 pri stopnji značilnosti 0,05, sprejemem ničelno hipotezo in tako sklepam, da premostitveni socialni kapital posameznika ni odvisen od življenjskega okolja iz katerega prihaja (postopek izračuna v prilogi 9.11). Na to pričakovano kažejo tudi povprečni odgovori in vrstični odstotki, ki se glede na življenjsko okolje bistveno ne razlikujejo (tabela 4.16).

Tabela 4.16: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo premostitveni socialni kapital, glede na življenjsko okolje

življenjsko okolje	strinjanje s trditvami			skupaj	povprečen odgovor
	ne strinja	nevtralen	se strinja		
mestno	30	32	5	67	2,51
% vrstice	45%	48%	7%		
obmestno	26	28	7	61	2,52
% vrstice	43%	46%	11%		
podeželjsko	36	25	10	71	2,49
% vrstice	51%	35%	14%		
skupaj	92	85	22	199	

H0: Življenjsko okolje ne vpliva na obseg vezivnega socialnega kapitala posameznika.

Tudi tu izračunani Hi-kvadrat 7,08 ni večji od 9,49 pri 5% stopnji tveganja, zato enako kot v prejšnjem primeru sprejemem ničelno hipotezo (postopek izračuna v prilogi 9.12). Iz tega sledi sklep, da življenjsko okolje ne vpliva na posameznikov vezivni socialni kapital. Razlike med posamezniki glede na življenjsko okolje, ki izhajajo iz povprečnih odgovorov in vrstičnih odstotkov, so v tem primeru sicer nekoliko bolj opazne. Anketiranci iz mestnega okolja se v nekoliko večji meri strinjajo s trditvami sklopa vezivnega socialnega kapitala v primerjavi s tistimi, ki prihajajo iz obmestnega in podeželskega okolja (tabela 4.17). Vendar pa ne smemo spregledati dejstva, da te ugotovljene razlike niso statistično potrjene.

Tabela 4.17: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo vezivni socialni kapital, glede na življenjsko okolje

	strinjanje s trditvami				
življenjsko okolje	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
mestno	12	28	27	67	3,16
% vrstice	18%	42%	40%		
obmestno	19	20	22	61	3,02
% vrstice	31%	33%	36%		
podeželsko	27	21	23	71	2,93
% vrstice	38%	30%	32%		
skupaj	58	69	72	199	

H0: Življenjsko okolje ne vpliva na obseg ohranjevalnega socialnega kapitala posameznika.

Tabela 4.18: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo ohranjevalni socialni kapital, glede na življenjsko okolje

	strinjanje s trditvami				
življenjsko okolje	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
mestno	2	19	46	67	3,85
% vrstice	3%	28%	69%		
obmestno	6	10	45	61	3,88
% vrstice	10%	16%	74%		
podeželsko	2	23	46	71	3,88
% vrstice	3%	32%	65%		
skupaj	10	52	137	199	

Neposredni izračun Hi-kvadrata iz tabele 4.18 ne bi bil primeren, saj je bilo več kot 20% teoretičnih frekvenc manjših od 5, zaradi česar je bila potrebna še dodatna korektura podatkov. Ker nadaljnje združevanje posameznih razredov ni bilo mogoče sem uporabila Yatesovo korekturo (Mesec 2002 a: 91-94). Tako sem dejanske frekvence, ki so večje od pripadajočih teoretičnih, zmanjšala za 0,5 in hkrati povečala dejanske frekvence, ki so manjše od pripadajočih teoretičnih. Podatki in nadaljnji izračuni so zbrani v tabeli 4.19.

Tabela 4.19: Izračun Hi-kvadrata z upoštevanjem Yatesove korekture

f_0	korektura	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
2	2,5	3,37	-0,87	0,76	0,225
19	18,5	17,51	0,99	0,98	0,056
46	46,5	46,13	0,37	0,14	0,003
6	5,5	3,07	2,43	5,90	1,923
10	10,5	15,94	-5,44	29,59	1,857
45	44,5	41,99	2,51	6,30	0,150
2	2,5	3,57	-1,07	1,14	0,321
23	22,5	18,55	3,95	15,60	0,841
46	46,5	48,88	-2,38	5,66	0,116
					5,49

Iz tabele 4.19 izračunani Hi-kvadrat 5,49 je manjši od zahtevane vrednosti 9,49, ki velja za 5% tveganje. Kar pomeni, da ničelne hipoteze ne zavrnem in s tem sprejemem sklep, da tudi v primeru ohranjevalnega socialnega kapitala življenjsko okolje nanj nima vpliva.

Iz rezultatov je razvidno, da življenjsko okolje, iz katerega posameznik prihaja, ne predstavlja pomembnega dejavnika, ki bi vplival na obseg posamezne vrste posameznikovega socialnega kapitala.

4. Ali velikost virtualne socialne mreže vpliva na količino dobljene socialne opore?

V mojem primeru merilo za velikost virtualne socialne mreže predstavlja število prijateljev, ki jih ima posameznik dodane na svojem Facebook profilu. Glede na ta kriterij sem populacijo razdelila v tri razrede do 150, od 150 do 300 in več kot 300 prijateljev. Pri tem posamezni razred predstavlja približno tretjino populacije. Pri merjenju posamezne oblike socialne opore sem izhajala iz rezultatov anket. Pri čemer sem za posamezno obliko socialne opore uporabila tiste trditve, ki jo vsebinsko v največji meri predstavljajo.

H0: Velikost virtualne socialne mreže posameznika na Facebooku ne vpliva na instrumentalno oporo, ki mu jo ta socialna mreža lahko nudi.

Glede na to, da so za instrumentalno oporo značilne manjše materialne usluge in druge storitve, sem za merjenje te vrste opore uporabila naslednji izmed vseh trditev: *če bi nujno potreboval/a denarno posojilo, poznam na Facebooku osebo na katero se lahko obrnem; če bi potreboval/a manjšo uslugo, bi preko Facebooka lahko zanjo zaprosil/a bivšega sošolca ali znanca; če bi potoval/a v drug kraj bi lahko prenočil/a pri bivšem sošolcu ali znancu.*

Dejanske frekvence posameznega odgovora (subjektivne ocene) glede na število prijateljev so prikazane v tabeli 20.

Tabela 4.20: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo instrumentalno oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku

	strinjanje s trditvami				
število prijateljev	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
do 150 % vrstice	20 32%	18 29%	24 39%	62	3,03
od 150 do 300 % vrstice	11 16%	34 50%	23 34%	68	3,23
več kot 300 % vrstice	14 20%	29 42%	26 38%	69	3,28
skupaj	45	81	73	199	

Izračunani Hi-kvadrat 7,75 je manjši od zahtevane vrednosti 9,49 pri stopnji značilnosti 0,05, kar pomeni, da sprejemem ničelno hipotezo in s tem sklep, da velikost virtualne socialne mreže ne vpliva na instrumentalno oporo (postopek izračuna v prilogi 9.13). To z drugimi besedami pomeni, da se možnost pridobitve instrumentalne opore ne povečuje z večanjem števila prijateljev dodanih na posameznikovem Facebook profilu.

H0: Velikost virtualne socialne mreže posameznika na Facebooku ne vpliva na informacijsko oporo, ki mu jo ta socialna mreža lahko nudi.

Za informacijsko oporo je po teoretični opredelitvi značilno, da se nanaša na informacije, ki so za posameznika pomembne ob večjih življenjskih spremembah. Za merjenje te vrste opore sem uporabila naslednji dve izmed vseh trditev: *na Facebooku je oseba, ki bi mi lahko pomagala pri iskanju zaposlitve; Preko Facebooka bi lahko dobila informacijo o zaposlitvi od bivšega sošolca ali znanca.*

Tabela 4.21: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo informacijsko oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku

	strinjanje s trditvami				
število prijateljev	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
do 150 % vrstice	7 11%	26 42%	29 47%	62	3,27
od 150 do 300 % vrstice	8 12%	17 25%	43 63%	68	3,54
več kot 300 % vrstice	3 4%	16 23%	50 72%	69	3,76
skupaj	18	59	122	199	

Glede na izračunani Hi-kvadrat 10,79, ki je večji od zahtevane vrednosti 9,49 pri stopnji značilnosti 0,05, ničelno hipotezo zavrnem (postopek izračuna v prilogi 9.14). Tako sprejemem sklep, da velikost posameznikove socialne mreže na Facebooku vpliva na informacijsko oporo, ki mu jo ta socialna mreža lahko nudi. Tako vrstični odstotki, kot tudi povprečni odgovori na trditve, ki z večanjem števila prijateljev naraščajo, kažejo na to, da večja kot je posameznikova virtualna socialna mreža na Facebooku, večje je strinjanje s trditvama. Iz tega lahko sklepam, več kot ima posameznik dodanih prijateljev na Facebooku, v večji meri se strinja s tem, da so med njimi tudi osebe, ki bi mu lahko nudile informacijsko oporo.

H0: Velikost virtualne socialne mreže posameznika na Facebooku ne vpliva na emocionalno oporo, ki mu jo ta socialna mreža lahko nudi.

Emocionalna opora je pomoč ob večjih življenjskih krizah, ki jo običajno zagotavljajo osebe, ki so s posameznikom močno in intimno povezane. Za merjenje te vrste opore sem uporabila naslednje izmed vseh trditev: *na Facebooku je nekdo, na katerega bi se lahko obrnil/a po nasvet pri sprejemanju zelo pomembnih odločitev; na Facebooku ni nikogar, komur bi lahko zaupal/a svoje osebne intimne probleme; na Facebooku so osebe, ki bi mi pomagale v situaciji, ko se mi godi krivica*. Na tem mestu naj samo še dodam, da je bila druga trditev pomensko obrnjena, zaradi česar sem tudi tu ustrezno prilagodila kodiranje. Prekodirani rezultati odgovorov so tako zbrani v tabeli 4.22.

Tabela 4.22: Struktura odgovorov na trditve, ki merijo emocionalno oporo, glede na število prijateljev, ki jih ima posameznik vključene v svojo virtualno socialno mrežo na Facebooku

	strinjanje s trditvami				
število prijateljev	ne strinja	nevtralen	se strinja	skupaj	povprečen odgovor
do 150 % vrstice	17 27%	18 29%	27 44%	62	3,23
od 150 do 300 % vrstice	14 21%	15 22%	39 57%	68	3,51
več kot 300 % vrstice	13 19%	21 30%	35 51%	69	3,59
skupaj	44	54	101	199	

Izračunani Hi-kvadrat 3,42 je znatno manjši od zahtevane vrednosti 9,49, ki velja za še sprejemljivo tveganje pri stopnji značilnosti 0,05 (postopek izračuna v prilogi 9.15). Kljub temu, da povprečni odgovori kažejo na nekoliko večje strinjanje s trditvami, s strani tistih, ki imajo na Facebooku večjo virtualno socialno mrežo, ta vpliv ni statistično potrjen, zato ničelno hipotezo sprejemem. Posledično to pomeni, da velikost virtualne socialne mreže posameznika na Facebooku ne vpliva na emocionalno oporo, ki mu jo ta socialna mreža lahko nudi.

5 RAZPRAVA

Internet je v današnji dobi nepogrešljiv del v posameznikovem življenju, saj je pomembno sredstvo za pridobivanje in ohranjanje družbenih stikov. S pomočjo interneta se oblikujejo dodatni socialno-dialoški prostori, v katerih se ljudje srečujejo, pogovarjajo ter izmenjujejo znanje in izkušnje. Tako razvoj moderne tehnologije in njene uporabe vpliva na socialne interakcije in na odnose med ljudmi. Internet obstoječe socialne mreže dopolnjuje in hkrati vzpodbuja nastajanje novih oblik virtualnih skupnosti z enostavnim vzpostavljanjem in ohranjanjem socialnih stikov. V Sloveniji Facebook sodi med najbolj popularna spletna socialna omrežja, kjer se iz dneva v dan povečuje število uporabnikov. Največ njegovih uporabnikov sodi v starostna razreda med 18 in 25, ter 26 in 34 let. Enako tudi moja raziskava zajema populacijo anketirancev v teh starostnih mejah, pri čemer starostni razred od 18 do 26 let zajema 64%, od 26 do 34 pa še preostalo razliko 36% populacije. Struktura uporabnikov po spolu kaže, da so razlike med moškimi in ženskimi uporabniki v Sloveniji majhne. Pri lastni analizi pa sem operirala z nekoliko drugačno strukturo populacije po spolu. Konkretno je anketo rešilo slabih 70% žensk in dobrih 30% moških. Ta nekoliko drugačna struktura je predvsem posledica dejstva, da sem anketo v prvi vrsti posredovala svojim stikom, med katerimi jih je velika večina ženskega spola. Ker pa sem v nadaljevanju za preverjanje hipotez operirala predvsem s povprečji (aritmetičnimi sredinami), ta nekoliko drugačna struktura ne povzroča pomembnejšega odmika od podatkov, ki veljajo za Republiko Slovenijo. Zaradi tega smatram, da je struktura vzorca po starosti in spolu glede na podatke, ki veljajo za Republiko Slovenijo reprezentativna, zaradi česar lahko ugotovitve analize veljajo za celotno populacijo z upoštevanjem, v analizi proučevanih starostnih meja.

Nekatera virtualna socialna omrežja izhajajo iz že obstoječih socialnih omrežij, kar bi lahko trdili tudi za Facebook. Že sam moto te aplikacije, ki pravi, da ti slednja pomaga ohraniti stike oziroma povezovati se z ljudmi iz tvojega življenja in z njimi deliti podatke in informacije, kaže na to, da Facebook temelji na ohranjanju dejanskega socialnega omrežja. Seveda pa z vsemi svojimi možnostmi, ki jih ponuja omogoča tudi spoznavanje novih ljudi in s tem širjenje že obstoječega oziroma grajenje novega omrežja poznanstev. Temu pritrjujejo rezultati moje raziskave, v kateri se 78% anketirancev strinja oziroma popolnoma strinja s trditvijo, da Facebook uporabljajo za povezovanje z ljudmi, ki jih tudi osebno poznajo. Nekoliko manj se te aplikacije poslužujejo z namenom pridobivanja novih poznanstev, saj je iz rezultatov razvidno, da se jih slabih 70% ne strinja s trditvijo, da Facebook uporabljajo prav

s tem namenom. Za boljšo predstavo o tem, kakšen je namen uporabe Facebooka služijo tudi podatki o tem, kaj posamezniki v svojem profilu razkrivajo. Konkretno ugotavljam, da v profil najpogosteje vključujejo podatke o spolu (91%), datumu rojstva (89%), domačemu kraju (50%), svojem e-mail naslovu (77%), sliko (62%), bodisi naziv srednje šole, fakultete (slabih 50%). Če se navežem že na rezultate prve trditve, kjer se je pokazalo, da posamezniki Facebook uporabljajo za povezovanje z ljudmi, ki jih tudi osebno poznajo, me rezultati na vprašanje *koga po njihovem mnenju zanimajo podatki navedeni v njihovem profilu in si je njihov profil ogledal*, ne presenetijo. Kar 91% jih je mnenja, da si njihov profil ogledujejo bivši sošolci, ostali prijatelji (87%), sodelavci (43%), sosedge (37%) in družina (34%). 54% posameznikov je ob tem mnenja, da si njihov profil ogleda tudi nekdo, ki so ga pred kratkim spoznali na zabavi. Ta podatek ponovno nakaže na to, da Facebook uporabljajo predvsem za ohranjanje poznanstev, ki so nastala izven virtualnega socialnega omrežja. Svojih osebnih in občutljivih podatkov kot so spolna usmerjenost, politična opredelitev, versko prepričanje, mobilni, stacionarni telefon, naslov, pa posamezniki na svojem profilu ne razkrivajo pogosto. Iz tega lahko sklepam, da popolnim neznancem teh podatkov v virtualni socialni mreži ne želijo razkrivati na enak način kot to ne počnemo v realnem okolju. S tovrstnimi podatki običajno seznanimo predvsem ljudi, ki so nam v naši socialni mreži blizu in do te mere, kot se nam zdi potrebno. Če se na tem mestu navežem na motivacijske dejavnike za vključitev posameznika v virtualne skupnosti iz rezultatov vidim, da je zastopan aspekt prijateljstva. Facebook kot že povedano omogoča ohranjanje že obstoječih poznanstev, kakor tudi iskanje novih. Druženje s prijatelji in preživljanje prostega časa v virtualni skupnosti posamezniku daje občutek pripadnosti in sprejetosti, hkrati pa je to lahko tudi vir pridobivanja informacij in socialne opore. Poleg tega virtualne skupnosti s tem, ko omogočajo vse več zabavnih vsebin in aplikacij, ki pritegnejo uporabnike k temu, da jim namenjajo vse več svojega prostega časa, vključujejo tudi aspekt razvedrila kot motivacijskega dejavnika priključitve. Iz mojih rezultatov pa je razvidno, da večina anketirancev Facebook aktivnostim nameni manj kot 30 minut na dan. Največji delež (36%) jih na Facebooku preživi od 10 do 30 minut, kar 34% anketirancev pa Facebook aplikaciji nameni manj kot 10 minut dnevno. Drugi del objektivnega pogleda na intenzivnost uporabe, ki ga predstavlja velikost virtualne socialne mreže, sem merila s številom prijateljev, ki jih ima posameznik dodane na svojem profilu. Iz rezultatov je razvidno, da imajo posamezniki razmeroma velike virtualne socialne mreže, saj ima največ anketirancev na svojem profilu dodanih več kot 400 prijateljev. Vendar velikost virtualne socialne mreže sama po sebi ne pomeni tudi visoke intenzivnosti uporabe, zato je potrebno opozoriti še na subjektivni pogled posameznikov na uporabo aplikacije Facebook, ki

po rezultatih kaže na nekoliko drugačno sliko. Posamezniki se v večini primerov ne strinjajo, da je Facebook postal del njihovega vsakdanjega življenja (povprečen odgovor 2,71) in njihove vsakdanje rutine (2,85). Če se en dan ne prijavijo na svoj Facebook profil, se ne počutijo neseznanjene z dogajanjem (1,60), niti se ne počutijo kot pomemben del Facebook skupnosti (1,70). Skladno z rezultati odgovorov na preostale trditve, se tudi s trditvijo *ponosno povem, da imam svoj Facebook profil* anketiranci v povprečju ne strinjajo oziroma so do trditve nevtralni (povprečni odgovor 2,85). Vsi ti rezultati nakažejo, da se Facebook v veliki meri ni vpletel v vsakdanje življenje in da posamezniki virtualni skupnosti v tem smislu ne prepisujejo prevelikega pomena. Na tem mestu se pokaže, da so skrbi, da bi virtualna skupnost prevzela vlogo realne skupnosti odveč. Očitno bolj zaupamo osebnemu stiku in druženju. Tako se je pokazalo, da nam Facebook služi bolj kot orodje za vzdrževanje in ohranjanje stikov. Tako v tej dobi hitrega tehnološkega napredka in razvoja najrazličnejših načinov komuniciranja ni presenetljivo, da kar dobri četrtini anketirancev ne bi bilo žal, če bi se Facebook stran ukinila.

Iz definicij socialnega kapitala lahko strnemo, da slednji predstavlja socialne mreže in aktivno participacijo v socialnem okolju. Poljubno ga ne moremo ustvarjati, lahko pa zanj oblikujemo bolj ali manj ugodno okolje. Okolje, v katerem socialni kapital lahko nastaja in se oblikuje, predstavljajo tudi virtualna socialna omrežja. V zadnjem času pa je prav Facebook kot eno izmed najpopularnejših vse pogostejše predmet raziskav povezanih s socialnim kapitalom. Facebook aplikacija omogoča povezovanje različnih socialnih skupin, oddaljenih prijateljev, torej povezovanje z ljudmi ki jih vežejo šibke, manj goste in raznovrstne vezi. Kar je značilno za premostitveni socialni kapital, ki je prisoten prav v teh relacijah, ki so prav tako lahko uporaben vir informacij in novih perspektiv. Tako so bile tudi moje trditve oprte predvsem v to, ali Facebook posameznika spodbuja, da se bolj zanima za stvari, ki se dogajajo izven njegovega kraja, da je bolj motiviran pri preizkušanju novih, še nepoznanih stvari, se bolj zanima za še nepoznane kraje in mnenje drugih ljudi. Rezultati teh trditev kažejo, da so v večini primerov posamezniki do njih neopredeljeni oziroma se z njimi ne strinjajo. Kar kaže na to, da Facebooka s tem namenom ne uporabljajo in se ne čutijo preko spleta bolj povezani s svetom. Še več, v večini primerov (38%) se popolnoma ne strinjajo s tem, da jim interakcije z ljudmi na Facebooku dajejo občutek, da so del neke večje skupnosti. Kar pa se je pokazalo že tekom raziskave, da v večini primerov Facebook uporabljajo za vzdrževanje svojih kontaktov, se na tem mestu ponovno potrdi. Večina anketirancev se ne strinja, da jim Facebook omogoča spoznavanje novih ljudi in da s pomočjo te aplikacije nenehno prihajajo v

stik z njimi. Na tem mestu me je posledično zanimalo, ali intenzivnost uporabe lahko vpliva na posamezne odgovore in na sam premostitveni socialni kapital kot celoto. Z izračunom Hi-kvadrata se ta vpliv statistično potrdi, z večanjem intenzivnosti uporabe pa se povečuje tudi strinjanje s trditvami. Večja kot je intenzivnost uporabe, večja je možnost, da dobi bolj raznovrstne informacije s strani svoje mreže, da vzpostavi kontakt s člani le-te, pridobiva vse več zaupanja v to mrežo in se posledično čuti kot njen pomemben del. Kajti skupnost je več kot le agregat posameznikov, med njenimi člani se mora vzpostaviti neka minimalna komunikacijska vez, ki pripomore k vzpostavljanju odnosov med njimi. In prav intenzivnost uporabe lahko posledično pripomore k temu. Naslednji spremenljivki, ki bi lahko vplivali na premostitveni socialni kapital pa sta spol in življenjsko okolje posameznika. V primeru obeh se je na podlagi izračuna Hi-kvadrat statistike pokazalo, da na premostitveni socialni kapital ne vplivata. Za spol je to na nek način pričakovano, kajti za premostitveni socialni kapital velja, da se oblikuje v bolj šibkih vezeh, kjer ni prisotnih emocij, po katerih se spola lahko razlikujeta. Prav tako pa tudi ni razloga, zakaj bi življenjsko okolje lahko vplivalo na premostitveni socialni kapital. Predvsem zato, ker so razdalje v Sloveniji relativno majhne, cestna in telekomunikacijska infrastruktura dobro zgrajeni, geografska oddaljenost pri vzpostavljanju in vzdrževanju teh šibkih vezi pa ne predstavlja pomembnejše ovire. Za razliko od premostitvenega socialnega kapitala se vezivni socialni kapital oblikuje predvsem v močnih socialnih vezeh med posamezniki, ki so medsebojno močno emocionalno povezani. Kot se je že predhodno pokazalo, je virtualna mreža na nek način le preslikava realne socialne mreže posameznika. Torej predvidevam, da so v njej tudi osebe, ki so posamezniku blizu, kot so družina, sorodniki in bližji prijatelji. Anketiranci so v večini mnenja (60%), da v svoji virtualni socialni mreži na Facebooku najdejo osebo, na katero bi se obrnili po pomoč. Hkrati se jih večina popolnoma strinja (30%) s tem, da je Facebook mesto, kjer najdejo nasvet pri sprejemanju pomembnih odločitev in osebe, katerim lahko zaupajo svoje osebne intimne probleme (45%). Verjamejo v to, da je na Facebooku oseba, ki bi jim lahko pomagala pri iskanju zaposlitve, oseba, ki bi jo lahko zaprosili za pomembno uslugo in oseba, s strani katere bi bili deležni pomoči v situaciji, ko se jim godi krivica. Po drugi strani pa je vidno, da anketiranci v večini premerov ne pričakujejo, da bi osebe v njihovi virtualni mreži bile pripravljene tvegati svoj ugled in denarna sredstva za reševanje njihove osebne stiske. Iz tega izhaja, da je morda za pridobivanje tovrstne pomoči še vedno ključen osebni stik, ki pa na Facebooku ni prisoten. Tudi v primeru vezivnega socialnega kapitala me je zanimalo, ali imajo intenzivnost uporabe, spol in življenjsko okolje statistično pomemben vpliv nanj. Izračunani Hi-kvadrat statistično potrdi hipotezo, da z večanjem intenzivnosti uporabe narašča

tudi strinjanje s trditvami o vezivnem socialnem kapitalu in posledično tudi sam socialni kapital. Tako lahko sklepam, da intenzivnost uporabe omenjene aplikacije večja zaupanje v to vrsto komuniciranja in v svojo virtualno socialno mrežo in s tem večja število potencialnih virov moči, ki so posamezniku na voljo, ko jih potrebuje. Ko se vprašamo, ali spol vpliva na to vrsto socialnega kapitala, nam izračunani Hi-kvadrat potrди hipotezo, da med spoloma obstajajo statistično potrjene razlike. V tem primeru se ženske v večji meri strinjajo s podanimi trditvami. Če na to dejstvo pogledam iz svojega zornega kota, sem sama tovrstno pomoč pripravljena ponuditi svojim stikom na Facebooku, zato tudi zaupam, da bom tovrstno pomoč od njih tudi sama dobila. Morda je prav ta emocionalni vidik in empatija razlog zakaj na tem mestu prihaja do razlik med spoloma. Iz enakih razlogov kot veljajo za premostitveni socialni kapital, tudi za vezivnega po izračunu Hi-kvadrat statistike življenjsko okolje ne predstavlja spremenljivke, ki bi pomembno vplivala nanj. Dejstvo je, da se socialne mreže s časom nenehno spreminjajo in preoblikujejo, predvsem kot posledica vzpostavljanja in ukinjanja odnosov med posamezniki skozi njihova različna življenjska obdobja. Zato sem želela raziskati, ali spletna orodja, konkretno Facebook, omogočajo posamezniku ohraniti socialno mrežo tudi potem, ko se od nje fizično oddalji. Tipične primere sprememb v socialni mreži, ki lahko vplivajo na posameznikov socialni kapital, predstavljajo selitev v drug kraj, zaključek šolanja, zamenjava delovnega mesta in podobno. V vseh primerih gre za izgubo fizičnega dostopa do virov pomoči iz okolja v katerem jih je posameznik oblikoval. Prav Facebook pa lahko preseže te omejitve fizičnega dostopa, na kar kažejo tudi rezultati ankete. V povprečju se anketiranci z vsemi petimi trditvami strinjajo, pri čemer najbolj izstopa trditev, da bi bilo preko Facebooka enostavno poiskati in povabiti bivše sošolce na praznovanje obletnice zaključka šolanja. Ta rezultat me ne preseneča, saj tudi sama opažam, da je Facebook zaradi svojih značilnosti in lastnosti zelo primerno orodje pri organizaciji tovrstnih dogodkov. Konec koncev je tudi prvotni namen aplikacije takšen, da nudi enostavno in hitro iskanje ljudi, s katerimi želimo ponovno vzpostaviti stik. Tako je podatek, da se kar 69% vseh anketirancev popolnoma strinja z omenjeno trditvijo, pričakovan. Tudi na tem mestu me zanima dejstvo, ali ima lahko intenzivnost uporabe pozitiven vpliv na posameznikov ohranjevalni kapital. Pri tem izhajam predvsem iz hipoteze, da se z večanjem intenzivnosti uporabe večja tudi seznanjenost z vsemi možnostmi, ki jih Facebook ponuja in jih zna v večji meri izkoristiti. Izračunani Hi-kvadrat to hipotezo tudi potrди, povprečen odgovor pa kaže na to, da se tisti z visoko intenzivnostjo uporabe v večji meri s trditvami strinjajo. Raziskava je pokazala, da med spoloma prihaja do statistično potrjenih razlik pri strinjanju s trditvami ohranjevalnega socialnega kapitala. Ženske se v povprečju s trditvami

nekoliko bolj strinjajo. Tudi sama v svojem okolju opažam, da se ženske nekoliko bolj zavzemajo za vzdrževanje tovrstnih stikov, pogosteje organizirajo srečanja in so morda nekoliko bolj čustveno navezane na ohranjanje teh stikov in poznanstev. In prav ta sodobna tehnologija nam omogoča ohranjanje stikov z majhno porabo časa in nizkimi stroški, zaradi česar se pomembnost fizičnega dostopa do posameznikov v naši socialni mreži v okviru geografskega okolja zmanjšuje. V prid temu govori tudi izračunana Hi-kvadrat statistika, na osnovi katere sprejemem sklep, da življenjsko okolje na ohranjevalni socialni kapital nima vpliva. V raziskavi se je potrdil vpliv intenzivnosti uporabe na vse tri omenjene oblike socialnega kapitala, kar je v skladu z mnenjem raziskovalcev tega področja. Slednji zagovarjajo tezo, da intenzivnost uporabe sodobnih oblik komunikacije in vzdrževanje stikov z uporabo spletnih socialnih omrežij pozitivno vpliva na vse tri oblike socialnega kapitala (Phulari et al. 2010: 94).

Ljudje se ob soočanju z različnimi problemi in stiskami po pomoč oziroma oporo obračajo na različne osebe. V dobi hitrega razvoja informacijske tehnologije pa so se izoblikovali novi načini komuniciranja in s tem iskanja opore tudi v kibernetnem prostoru. Pri tem virtualna socialna omrežja kot je Facebook niso nikakršna izjema in so lahko v pomoč kot orodje pri iskanju različnih vrst opore. Teoretično posameznik s širjenjem svojega socialnega omrežja širi tudi svoje vire pomoči, ki so ob tem bolj raznoliki in zaradi svoje velikosti manj obremenjeni v trenutku potrebne pomoči. Zato me je zanimalo, ali ima velikost posameznikove virtualne socialne mreže, ki predstavlja potencialne vire pomoči vpliv na posamezne oblike socialne opore. V raziskavi se v nasprotju s pričakovanji vpliv velikosti socialne mreže na instrumentalno oporo ni potrdil. Pri tej vrsti opore gre predvsem za izmenjavo materialnih uslug, manjših storitev, denarja in podobno s strani oseb, ki predstavljajo manj stabilen del posameznikovega osebnega omrežja. Iz tega sklepam, da posamezniki virtualno socialno omrežje Facebook ne smatrajo kot prostor za pridobivanje tovrstne pomoči (na primer prošnja za posojanje denarja je običajno izražena na bolj osebni ravni). Morda pa je razlog za dobljene rezultate moč iskati tudi pri samem oblikovanju in izboru trditev, s katerimi sem preverjala, ali velikost virtualne socialne mreže posameznika vpliva na instrumentalno socialno oporo. Na drugi strani pa je lahko tak rezultat posledica subjektivne zaznave oziroma ocene virov s strani anketirancev. Le-ti morda niso mnenja oziroma nimajo zadostnega vedenja o tem, da se lahko v določeni situaciji obračajo po pomoč tudi na svojo virtualno omrežje. V primeru informacijske opore, ki se nanaša na podatke, ki so za posameznika pomembni ob večjih življenjskih spremembah, pa se ta vpliv statistično

potrdi. Rezultati raziskave kažejo, da se tisti z večjo virtualno socialno mrežo v povprečju v večji meri strinjajo s trditvama, uporabljenima za merjenje informacijske opore. Iz tega sklepam, da večja kot je virtualna socialna mreža, več je potencialnih virov pomoči. Konkretno, več kot je na profilu dodanih prijateljev, večja je možnost pridobitve informacije, na primer o potencialni zaposlitvi. Velikost virtualne socialne mreže posameznika pa statistično ne vpliva na emocionalno oporo. Emocionalno oporo posameznik poišče ob manjših in večjih življenjskih krizah, zagotavljajo pa jo osebe, ki so s posameznikom močno in intimno povezane. Glede na to, da so osebe, pri katerih posameznik išče emocionalno oporo, del emocionalno-intimnega omrežja, v katerem se članstvo le redko spreminja, je rezultat v skladu s teoretičnimi opredelitvami in tako tudi s pričakovanji. Iz tega izhaja, da se ljudje pri iskanju tovrstne opore še vedno zanašajo bolj na osebni stik, kot pa da bi emocionalno oporo iskali v virtualnem prostoru. Facebook pa kljub temu lahko predstavlja prostor za iskanje različnih vrst opore, pri čemer pa velja, da velikost virtualne socialne mreže z izjemo informacijske opore ne predstavlja ključnega dejavnika.

6 SKLEPI

- Anketiranci Facebook uporabljajo za povezovanje z ljudmi, ki jih tudi osebno poznajo.
- Intenzivnost uporabe Facebooka vpliva na vse tri oblike socialnega kapitala.
- Spol ne vpliva na obseg premostitvenega socialnega kapitala posameznika.
- Spol vpliva na obseg vezivnega in ohranjevalnega socialnega kapitala posameznika.
- Življenjsko okolje ne vpliva na obseg nobene od treh oblik socialnega kapitala.
- Velikost virtualne socialne mreže ne vpliva na instrumentalno in emocionalno oporo.
- Velikost virtualne socialne mreže vpliva na informacijsko oporo.

7 PREDLOGI

Z razvojem tehnologije in s tem povezanimi spremembami v načinu življenja je prišlo do podvojitve našega družabnega življenja, saj se je velik del komuniciranja prenesel iz fizične realnosti v virtualni prostor. Aplikacije, ki omogočajo ohranjanje in ponovno grajenje socialnih omrežij, med katere sodi tudi Facebook, predstavljajo orodje, ki bi bilo v stroki socialnega dela lahko uporabno. Socialni delavci bi konkretno v primerih, ko so bili stiki v uporabnikovem socialnem omrežju zaradi določenih situacij opuščeni ali pretrgani, uporabil to aplikacijo kot orodje za ponovno vzpostavitev kontaktov in ponovno grajenje posameznikove socialne mreže. Prav tako je pomembno, da se pri raziskovanju posameznikove socialne mreže in s tem virom pomoči upošteva tudi mreže stikov, ki jih posameznik vzdržuje preko spleta, kajti tudi ti lahko predstavljajo pomemben vir pomoči posamezniku.

Glede na to, da na spletu že kar nekaj časa obstajajo in delujejo različne spletne svetovalnice, bi veljalo razmišljati tudi o tem, da bi skupine strokovnjakov s področja socialnega dela svojo dejavnost razširili tudi na Facebook. Na primer v obliki ustvarjanja posebnih profilov in skupin, ki bi se ukvarjale z določeno problematiko. Na ta način bi bili tudi bolj dostopni tistemu delu populacije, ki se na strokovnjake osebno po pomoč običajno ne obračajo.

Sama sem raziskavo izvajala na populaciji, ki zajema uporabnike z napogostejšo uporabo aplikacije Facebook. Za nadaljnjo raziskovanje pa menim, da bi bilo smiselno populacijo zajemati širše. To predvsem zato, da bi vključili tudi mlajše uporabnike, ki s tovrstno aplikacijo »odraščajo«. Nedvomno obstajajo razlike v dojemanju in uporabljanju aplikacije v tem smislu, da mlajša generacija svoje socialne mreže še nima popolnoma izoblikovane in jo za razliko od populacije, ki sem jo preučevala sama, verjetno uporablja za pridobivanje novih poznanstev in za izgradnjo novega omrežja. Zato bi bilo smiselno narediti primerjavo med populacijami in zajeti tudi starejšo generacijo.

Za nadaljnje raziskave vpliva virtualnih socialnih omrežij na oblike socialne opore bi veljalo uporabiti tudi kakšno drugo metodo raziskovanja, na primer intervju s ključnimi predstavniki populacije. Na ta način bi bilo s postavljanjem neposrednih vprašanj možno celoviteje zajeti vse dimenzije te problematike.

8 LITERATURA IN VIRI

Albaum, G. (1997), The Likert scale revisited: an alternate version. *Journal of the Market Research Society*, 39, 2: 331-342.

Anđelković, B. (2008), Emblematične 'identitete' in nadzorovana 'komunikacija' darovanja na MySpace in Facebooku (18.11.2008).
<http://www.radiostudent.si/print.php?sid=17023&lang=slovene> (03.03.2010).

Bahovec, I. (2005), Skupnost: Teorije, oblike, pomeni. Ljubljana: Založba Sophia.

Boškić, R. (2005), Krepitev moči – kritična presoja koncepta. *Družboslovne razprave*, 21, 48: 177-194.

Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2007), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 1.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (23.11.2009).

Bregar, L., Ograjenšek, I., Bavdaž, M. (2005), Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.

Cerar, M. (2007), Primerjava socialnih interakcij in komunikacijskih praks mladostnikov v virtualnem in realnem okolju. *Socialna pedagogika*, 11, 1: 37-56.

Crnović, D. (2007), Moj ego je težak 500 prijateljev: Slovenci v spletnih socialnih omrežjih. http://www.mladina.si/tebnik/200750/clanek/nar--facebook-deja_crnovic/ (23.11.2009).

Dragoš, S. (2002), Socialni kapital- Dragocena, nejasna in nevidna dobrina. *Socialno delo*, 41, 2: 71-89.

Dragoš, S. (2005), Moč - navodila za uporabo. V: Dragoš, Srečo *et al.*, *Krepitev moči*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Dragoš, S., Leskošek, V. (2003), Družbena neenakost in socialni kapital. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Dremelj, P. (2003), Sorodstvene vezi kot vir socialne opore posameznikov. *Družboslovne razprave*, 19, 43: 149-170.

Dremelj, P., Nagode, M. (2005), Omrežja socialne opore mladih. V: Černak-Meglič, Andreja (ur.), *Otroci in mladina v prehodni družbi: Analiza položaja v Sloveniji*, Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino; Maribor: Aristej.

Dremelj, P., Kogovšek, T., Hlebec, V. (2004), Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije. V: Mojca Novak *et al.* (ur.), *Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije*. Ljubljana: Inštitut Republike Slovenije za socialno varstvo.

Ellison, N.B., Steinfield, C., Lampe, C. (2007), The Benefits of Facebook »Friends:« Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12: 1143-1168.

Facebook Marketing Statistics, Demographics, Reports and News - CheckFacebook <http://www.checkfacebook.com/> (02.06.2010).

Facebook Statistics Slovenia: <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/SI/chart-interval-5/> (02.06.2010).

Frane, A., Rončević, B. (2003), Socialni kapital: Opredelitve in raziskovalne strategije. V: Matej Makarovič (ur.), *Socialni kapital v Sloveniji*. Ljubljana: Založba Sophia.

Garton, L., Haythornthwaite, C., Wellman, B. (1997), Studying Online social Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3, 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html> (07. 03. 2010).

Hauber, J. (2007), Socialne mreže na internetu. Revija moje delo (26. Februar). [http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/socialne-mreže-na-internetu-294.aspx](http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/socialne-mreze-na-internetu-294.aspx) (23.11.2009).

Hlebec, V., Kogovšek, T. (2006), Merjenje socialnih omrežij. Ljubljana: Študentska založba.

Hlebec, V., Kogovšek, T. (2003), Konceptualizacija socialne opore. *Družboslovne razprave*, 19, 43: 103-125.

Hlebec, V., Kogovšek, T. (2004), Konceptualizacija socialne opore. V: Mojca Novak *et al.* (ur.), *Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije*. Ljubljana: Inštitut Republike Slovenije za socialno varstvo.

- Hlebec, V. (2001), Meta-analiza zanesljivosti anketnega merjenja socialne opore v popolnih omrežjih. *Teorija in praksa*, 38, 1: 63-76.
- Höbl, M. (2008), Nevarnosti socialnih omrežij in navideznih svetov. *Varnostni forum*, 4, 7-8: 14-15.
- Iglič, H. (2004), Tri ravni socialnega kapitala v Sloveniji. V: Brina Malnar, Ivan Bernik (ur.), *S Slovenkami in Slovenci na štiri oči: Ob 70 letnici sociologa Nika Toša*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Iglič, H. (1989), Socialne mikrostrukture – sorodstvena in tradicionalna orientacija v iskanju socialne opore: priloga k poročilu o izvajanju programskega sklopa. Ljubljana: RSS.
- Iglič, H. (1988), Ego-centrične socialne mreže. *Družboslovne razprave*, 5, 6: 82-93.
- Iglič, H. (2001), Socialni kapital, socialna omrežja in politično vedenje: empirična študija. *Družboslovne razprave*, 17, 37-38: 167-190.
- Jeriček, H. (2004), Skupnost, izziv osamljenosti: (Ne)trivialni socialni sistemi: Raziskovanje in delovanje v skupnosti. Ljubljana: Jutro.
- Kalin, T. (1998), Uvod v tehnologijo interneta. V: Vehovar Jasna *et al.* (ur.), *Internet v Sloveniji*. Izola: Desk.
- Kogovšek, T., Hlebec, V., Dremelj, P., Ferligoj, A. (2004), Omrežja socialne opore Ljubljančanov. V: Mojca Novak *et al.* (ur.), *Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije*. Ljubljana: Inštitut Republike Slovenije za socialno varstvo.
- Kogovšek, T., Ferligoj, A. (2003), Merjenje egocentričnih omrežij socialne opore. *Družboslovne razprave*, 19, 43: 127-148.
- Košmelj, B., Rovar, J. (1999), Statistični obrazci in tabele. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Milošević Arnold, V., Poštrak, M. (2003), Uvod v socialno delo. Ljubljana: Študentska založba.
- Mesec, B. (1997), Metodologija raziskovanja v socialnem delu I. Študijsko gradivo. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Mesec, B. (2002 a), Metodologija raziskovanja v socialnem delu II; rešene naloge iz statistike. Študijsko gradivo. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Mesec, B. (2002 b), Prostor, kjer nastaja in se organizira prostovoljno delo. *Socialno delo*, 41, 3-4: 199-202.

Mesec, B. (2006), Življenjski cikel neprofitne organizacije (gradivo za predavanja). Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Mesec, M. (2004), E-socialno delo. *Socialno delo*, 43, 5-6: 277-281.

Muzlovič, M. (2009 a), Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2009. http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=2670 (03.03.2010).

Muzlovič, M. (2009 b), Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, podrobni podatki, Slovenija, 2009. http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=2792 (03.03.2010).

Oblak, T. (2000), Mitske podobe o »življenju na mreži«: Od poljudnih identitet do izgubljenih skupnosti v kibernetskem prostoru. *Teorija in praksa*, 37, 6: 1052-1068.

Oblak, T., Petrič, G. (2005), Splet kot medij in mediji na spletu. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Phulari, S.S. et al. (2010), Understanding Formulation of Social Capital in Online Social Network Sites. *International Journal of Computer Science Issues*, 7, 1: 92-96.

Praprotnik, T. (2003), Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih. Ljubljana: Institutum Studiorum Humanitatis – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Quan-Haase, A., Wellman, B. (2002), How does the Internet Affect Social Capital. *IT and Social Capital*.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.12.1995&rep=rep1&type=pdf%20How%20does%20the%20internet%20affect%20social%20capita%20-%20Quan-hassee> (09.06.2010).

Raba interneta v Sloveniji: <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=10316&menu=0> (02.06.2010).

Ramovš, J. (1995), Slovenska sociala med včeraj in jutri: Druga predelana in dopolnjena izdaja. Ljubljana: Inštitut Antona Tratenjaka za psihologijo, logoterapijo in antropohigieno.

Rheingold, H. (2004), Ne-vidne množice: Horizontalne združbe, trenutne skupnosti in mobilna plemena. Ljubljana: Mobitel.

Ridings, M.C., Gefen, D. (2004), Virtual Community Attraction: why People Hang Out Online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, 1: Article 4. http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html (09.06.2010).

Statistika Facebook: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (07.03.2010).

Suhadolc, J. (2007), Nove priložnosti e-komuniciranja. Ljubljana: GV Založba.

Škerjanec, J. (2005), Kakovost življenja, participacija in vpliv. V: Dragoš, Srečo *et al.*, *Krepitev moči*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Škerlep, A. (1998), Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V: Vehovar Jasna *et al.* (ur.), *Internet v Sloveniji*. Izola: Desk.

Trop, M. (2009), Integracija socialnega in semantičnega spleta. *Diplomsko delo univerzitetnega študija*. Ljubljana: Fakulteta za računalništvo in informatiko.

Valenzuela, S., Park, N., Kee, K. (2008), Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students' Social Capital. *9th International Symposium on Online Journalism*. Austin, Texas: University of Texas at Austin.

Vidovič, U. (2003), Socialni in človeški kapital v študentski populaciji. V: Matej Makarovič (ur.), *Socialni kapital v Sloveniji*. Ljubljana: Založba Sophia.

Williams, D. (2006), On and off the □net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 2. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html> (09.06.2010).

Zrim Martinjak, N. (2006), Koncept socialnega kapitala. V: Matej Sade *et al.* (ur.), *Socialna pedagogika: Izbrani koncepti stroke*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

Žnidarec Demšar, S. (2004), Uvod v razumevanje skupnostnega socialnega dela. Študijsko gradivo. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

9 PRILOGE

9.1 ANKETNI VPRAŠALNIK

DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

1. SPOL
 - MOŠKI (1)
 - ŽENSKI (2)
2. STAROST (vpiši v prazno polje)
3. ŽIVLJENJSKO OKOLJE
 - Podeželjsko (1)
 - Mestno (2)
 - Obmestno (3)

NAMEN UPORABE FACEBOOKA

1. FACEBOOK UPORABLJAM, DA POIŠČEM IN SE POVEŽEM Z LJUDMI, KI JIH POZNAM TUDI OSEBNO (oceni z 1 – 5; ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)
1 2 3 4 5
2. FACEBOOK UPORABLJAM ZA PRIDOBIVANJE NOVIH POZNANSTEV (oceni z 1 – 5; ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)
1 2 3 4 5
3. KATERE IZMED NAŠTETIH PODATKOV O SEBI SI VKLJUČIL/A V SVOJ FACEBOOK PROFIL? (označi, možnih je več odgovorov)
 1. OSEBNI PODATKI
 - o Prebivališče (1)
 - o Domači kraj (2)
 - o Spol (3)
 - o Datum rojstva (4)
 - o Spolna usmerjenost (5)
 - o Politična opredelitev (6)
 - o Versko prepričanje (7)
 - o Priljubljeni citati (8)

- o Iščem:
 - Prijateljstvo (9)
 - Zmenkarije (10)
 - Razmerje (11)
 - Povezovanje (12)

2. PODATKI O IZOBRAZBI IN DELU

- o Srednja šola (13)
- o Fakulteta / univerza (14)
- o Delodajalec (15)

3. PRILJUBLJENE VSEBINE IN HOBIJI

- o Dejavnosti (16)
- o Interesi (17)
- o Glasba (18)
- o Knjige (19)
- o Filmi (20)
- o Televizija (21)

4. KONTAKTNE INFORMACIJE

- o E-mail (22)
- o Internetni vzdevek (23)
- o Mobilni telefon (24)
- o Stacionarni telefon (25)
- o Naslov (26)
- o Mesto (27)
- o Soseska (28)
- o Poštna številka (29)
- o Slika (30)

4. KOGA PO TVOJEM MNENJU TI PODATKI ZANIMAJO IN SI JE OGLEDAL TVOJ PROFIL? (označi, možnih je več odgovorov)

- Bivši sošolci (1)
- Bivši profesorji (učitelji) (2)
- Ostali prijatelji (3)
- Popolni neznanci (4)
- Nekdo, ki sem ga pred kratkim spoznal/a na zabavi (5)
- Družina (6)

- Organi pregona (7)
- Delodajalec (8)
- Sodelavci (9)
- Sosedje (10)

INTENZIVNOST UPORABE FACEBOOKA

1. PRIBLIŽNO KOLIKO PRIJATELJEV IMAŠ DODANIH NA FACEBOOKU? (označi)

- Manj kot 10 (1)
- 11 do 50 (2)
- 51 do 100 (3)
- 101 do 150 (4)
- 151 do 200 (5)
- 201 do 250 (6)
- 251 do 300 (7)
- 301 do 400 (8)
- Več kot 400 (9)

2. KOLIKO MINUT NA DAN V POVPREČJU PREŽIVIŠ NA FACEBOOKU? (označi)

- Manj kot 10 min (1)
- 10 min do 30 min (2)
- 31 min do 60 min (3)
- 1 do 2 uri (4)
- 2 do 3 ure (5)
- Več kot 3 ure (6)

PRI NASLEDNJIH ODGOVORIH NA VPRAŠANJA UPOŠTEVJ LESTVICO 1 – 5 (ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)

3. FACEBOOK JE DEL MOJEGA VSAKDANJEGA ŽIVLJENJA

1 2 3 4 5

4. PONOSNO POVEM, DA IMAM SVOJ FACEBOOK PROFIL

1 2 3 4 5

5. FACEBOOK JE POSTAL DEL MOJE VSAKDANJE RUTINE

1 2 3 4 5

6. ČE SE EN DAN NE PRIJAVIM V SVOJ FACEBOOK PROFIL SE POČUTIM NESEZNANJENEGA/O Z DOGAJANJEM

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
7. POČUTIM SE KOT POMEMBEN DEL FACEBOOK SKUPNOSTI
- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
8. BILO BI MI ŽAL, ČE BI SE FACEBOOK STRAN UKINILA
- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

FACEBOOK IN SOCIALNI KAPITAL

PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL (oceni z 1 – 5; ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)

- | | |
|----|---|
| 1. | ZARADI INTERAKCIJ Z DRUGIMI LJUDMI NA FACEBOOKU SE BOLJ ZANIMAM ZA STVARI, KI SE DOGAJAJO IZVEN MOJEGA KRAJA |
| | 1 2 3 4 5 |
| 2. | ZARADI INTERAKCIJ Z DRUGIMI LJUDMI NA FACEBOOKU SEM BOLJ MOTIVIRAN/A ZA PREIZKUŠANJE NOVIH (ŠE NEPOZNANIH) STVARI |
| | 1 2 3 4 5 |
| 3. | ZARADI INTERAKCIJ Z DRUGIMI LJUDMI NA FACEBOOKU ME VEDNO BOLJ ZANIMA KAKŠNO JE MNENJE RAZLIČNIH LJUDI O DOLOČENI TEMATIKI |
| | 1 2 3 4 5 |
| 4. | KOMUNIKACIJA Z LJUDMI NA FACEBOOKU MI VZBUJA ZANIMANJE O DRUGIH KRAJIH PO SVETU |
| | 1 2 3 4 5 |
| 5. | INTERAKCIJE Z LJUDMI NA FACEBOOKU MI DAJEJO OBČUTEK, DA SEM DEL NEKE VEČJE SKUPNOSTI |
| | 1 2 3 4 5 |
| 6. | INTERAKCIJE Z LJUDMI NA FACEBOOKU MI DAJEJO OBČUTEK, DA SEM BOLJ POVEZAN/A S SVETOM |
| | 1 2 3 4 5 |
| 7. | INTERAKCIJE Z LJUDMI NA FACEBOOKU MI DAJEJO OBČUTEK, DA SMO VSI NA SVETU PREKO SPLETA POVEZANI |
| | 1 2 3 4 5 |

8. SVOJ ČAS SEM PRIPRAVLJEN/A NAMENITI ZA SODELOVANJE PRI FACEBOOK AKTIVNOSTIH (komentiranje, pisanje na zid, pogovor, igranje igrice, pridruževanje novim interesnim in tematskim skupinam)

1 2 3 4 5

9. INTERAKCIJE Z LJUDMI NA FACEBOOKU MI OMOGOČAJO SPOZNAVANJE NOVIH LJUDI

1 2 3 4 5

10. NA FACEBOOKU NENEHNO PRIHAJAM V STIK Z NOVIMI LJUDMI (ki jih od prej ne poznam)

1 2 3 4 5

VEZIVNI SOCIALNI KAPITAL (oceni z 1 – 5; ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)

1. NA FACEBOOKU JE NEKAJ OSEB, NA KATERE BI SE LAHKO OBRNIL/A PO POMOČ PRI REŠEVANJU MOJEGA PROBLEMA

1 2 3 4 5

2. NA FACEBOOKU JE NEKDO, NA KATEREGA BI SE LAHKO OBRNIL/A PO NASVET PRI SPREJEMANJU ZELO POMEMBNIH ODLOČITEV

1 2 3 4 5

3. NA FACEBOOKU NI NIKOGAR KOMUR BI LAHKO ZAUPAL/A SVOJE OSEBNE INTIMNE PROBLEME

1 2 3 4 5

4. KO SE POČUTIM OSAMLJEN/A, JE NA FACEBOOKU VEDNO NEKDO S KOMER SE LAHKO POGOVORIM

1 2 3 4 5

5. ČE BI NUJNO POTREBOVAL/A DENARNO POSOJILO, JE NA FACEBOOKU OSEBO NA KATERO SE LAHKO OBRNEM

1 2 3 4 5

6. NA FACEBOOKU JE OSEBA, KI BI BILA PRIPRAVLJENA TVEGATI SVOJ UGLED

1 2 3 4 5

7. NA FACEBOOKU JE OSEBA, KI BI MI LAHKO POMAGALA PRI ISKANJU ZAPOSLOTITVE

1 2 3 4 5

8. NA FACEBOOKU SO OSEBE, KI BI BILE ZAME PRIPRAVLJENE POTROŠITI SVOJE PRIHRANKE ZA REŠEVANJE MOJE OSEBNE STISKE

1 2 3 4 5

9. LJUDI NA FACEBOOKU NE POZNAM DOVOLJ DOBRO, DA BI JIH LAHKO ZAPROSIL/A ZA POMEMBNO USLUGO

1 2 3 4 5

10. NA FACEBOOKU SO OSEBE, KI BI MI POMAGALE V SITUACIJI, KO SE MI GODI KRIVICA

1 2 3 4 5

OHRANJEVALNI SOCIALNI KAPITAL (vprašanja se nanašajo na poznanstva iz preteklih obdobij vašega življenja, na primer čas osnovne šole, srednje šole, študija,...) (oceni z 1 – 5; ocena 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam«, ocena 5 pomeni »popolnoma se strinjam«)

1. V INTERAKCIJI Z BIVŠIMI SOŠOLCI ALI ZNANCI LAHKO IZVEM KAJ SE DOGAJA V KRAJIH V KATERIH ŽIVIJO

1 2 3 4 5

2. ČE BI POTREBOVAL/A MANJŠO USLUGO, BI PREKO FACEBOOKA LAHKO ZANJO ZAPROSIL/A BIVŠEGA SOŠOLCA ALI ZNANCA

1 2 3 4 5

3. ČE BI POTOVAL/A V DRUG KRAJ, BI LAHKO PRENOČIL/A PRI BIVŠEM SOŠOLCU ALI ZNANCU

1 2 3 4 5

4. PREKO FACEBOOKA BI LAHKO DOBIL/A INFORMACIJO O ZAPOSLOTVI OD BIVŠEGA SOŠOLCA ALI ZNANCA

1 2 3 4 5

5. PREKO FACEBOOKA BI BILO ENOSTAVNO POISKATI IN POVABITI BIVŠE SOŠOLCE NA PRAZNOVANJE OBLETNICE ZAKLJUČKA ŠOLANJA

1 2 3 4 5

9.2 ZBIRNIK PODATKOV

Odgovori na vprašanja – demografske značilnosti

	1.	2.	3.
1	1	29	3
2	2	25	3
3	2	25	2
4	2	26	1
5	1	28	3
6	2	26	1
7	2	28	2
8	2	31	2
9	2	24	2
10	2	25	1
11	2	28	2
12	2	26	1
13	1	30	2
14	1	26	3
15	2	25	3
16	1	26	1
17	2	24	3
18	1	23	3
19	1	20	3
20	2	27	1
21	1	27	2
22	2	25	1
23	1	25	3
24	2	24	3
25	1	26	2
26	2	25	1
27	1	24	2
28	1	26	3
29	2	22	1
30	2	21	1
31	2	24	3
32	2	23	3
33	1	24	3
34	2	24	1
35	2	25	2
36	2	24	2
37	2	25	2
38	1	29	1
39	2	18	1
40	2	25	2
41	2	22	2
42	2	19	1
43	2	23	2
44	2	25	2
45	2	22	3
46	1	18	3
47	2	27	1
48	2	28	1
49	2	25	1
50	2	20	3
51	2	25	2

52	1	24	3
53	2	27	3
54	2	24	2
55	2	21	1
56	2	19	1
57	2	25	2
58	1	24	1
59	2	29	1
60	1	27	2
61	2	25	3
62	2	22	1
63	2	22	3
64	2	25	2
65	2	30	1
66	1	28	1
67	1	20	1
68	2	25	2
69	2	24	2
70	2	22	1
71	1	26	3
72	2	25	1
73	1	27	3
74	2	28	1
75	2	30	3
76	2	24	1
77	2	22	1
78	2	24	2
79	2	27	3
80	2	24	2
81	2	25	2
82	2	23	1
83	1	19	3
84	1	32	3
85	1	30	3
86	1	28	1
87	2	23	1
88	1	28	2
89	2	21	3
90	1	32	2
91	2	32	1
92	1	26	2
93	1	22	1
94	2	28	1
95	2	27	2
96	1	30	3
97	2	27	1
98	2	25	2
99	2	26	2
100	2	25	3
101	1	30	1
102	1	25	3
103	2	24	3

104	2	22	3
105	2	25	1
106	2	20	3
107	2	24	1
108	1	21	2
109	2	24	2
110	1	25	1
111	2	20	1
112	2	25	3
113	1	25	1
114	2	24	1
115	2	25	2
116	2	24	2
117	1	20	3
118	1	29	3
119	2	26	3
120	2	20	1
121	2	20	2
122	2	25	2
123	2	24	3
124	1	30	2
125	2	25	2
126	1	26	3
127	2	18	1
128	2	30	2
129	2	27	1
130	1	20	2
131	2	23	2
132	2	24	1
133	1	22	1
134	2	25	2
135	2	30	2
136	2	28	1
137	2	20	2
138	2	29	1
139	1	24	3
140	1	27	1
141	1	28	1
142	2	25	2
143	1	29	3
144	2	26	3
145	2	27	2
146	1	18	1
147	2	26	1
148	2	25	2
149	1	19	2
150	1	28	1
151	2	19	3
152	2	30	2
153	2	33	1
154	2	25	3
155	2	25	1

156	1	24	3
157	2	24	2
158	1	21	2
159	2	25	2
160	2	27	2
161	2	26	2
162	1	29	2
163	1	19	1
164	2	22	2
165	2	25	3
166	2	23	2
167	2	23	1
168	2	23	2
169	2	18	3
170	2	23	3
171	1	25	2
172	2	25	1
173	2	22	1
174	1	30	3
175	2	28	3
176	2	29	1
177	2	19	3
178	2	23	1
179	2	22	2
180	2	24	1
181	1	22	3
182	2	21	1
183	2	29	1
184	2	21	3
185	1	25	3
186	2	26	3
187	2	25	1
188	1	32	3
189	2	24	3
190	1	28	1
191	2	23	2
192	1	24	3
193	2	23	1
194	2	23	2
195	2	25	1
196	2	24	3
197	2	27	2
198	2	28	2
199	2	22	2

Odgovori na vprašanja – namen uporabe Facebooka

	1.	2.	3.	4.
1	5	3	2, 3, 4, 14, 17, 22, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
2	5	3	3, 4, 22, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
3	4	1	2, 3, 4, 14	1, 3, 4, 5, 6, 9
4	3	1	2, 3, 4, 13, 14, 16, 22, 26, 30	1, 3, 4, 5, 6, 10
5	3	1	3, 4, 13, 22, 27	1, 3, 4, 6, 10
6	4	4	3, 4, 30	1, 3, 4, 5, 10
7	3	4	3, 4, 13, 22	1
8	5	1	1, 2, 3, 4, 13, 15, 16, 22, 26, 29, 30	1, 2, 3, 6, 9, 10
9	3	1	3, 4, 30	1, 3, 4, 5, 6, 9
10	5	2	2, 3, 4, 8, 9, 22, 30	1, 3, 5, 10
11	5	1	3, 4, 9, 14, 16, 22	1, 3, 6, 9, 10
12	5	2	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 28, 30	1, 3, 4, 5, 9, 10
13	4	4	2, 4, 9, 15, 22, 24, 30	1, 2, 3, 9, 10
14	4	3	2, 3, 4, 7, 8, 9, 12, 14, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30	1, 3, 5, 9, 10
15	4	3	2, 3, 4, 12, 14, 18, 20, 21, 27, 29, 30	1, 3, 4, 5, 8, 9, 10
16	4	1	3, 4, 16, 18, 22, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
17	3	3	2, 4, 13, 14, 22, 30	1, 2, 3, 4, 9, 10
18	5	4	2, 3, 8, 9, 13, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 27	1, 3, 5, 9
19	5	4	2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 14, 18, 20, 21, 22, 27, 28, 30	1, 3, 4, 5, 8, 9
20	5	3	1, 2, 4, 9, 13, 16, 22	1, 3
21	5	1	1, 3, 4, 12, 13, 16, 22, 24, 26, 27, 29, 30	1, 3
22	4	2	1, 2, 3, 4, 14, 16, 17, 22, 26, 30	1, 3
23	2	1	1, 2, 3, 4, 5, 13, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	1, 3
24	4	4	1, 3, 4, 14, 22, 27, 29, 30	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9
25	5	1	1, 2, 3, 4, 14, 20, 22, 24	1, 3
26	5	2	4	1, 3
27	3	1	2, 3, 4, 5, 22	1, 3, 5
28	4	2	4	1, 3, 5
29	3	1	3, 4, 14, 22	1
30	4	3	1, 13, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 2, 3, 5
31	5	1	2, 3, 4, 5, 8, 14, 16, 18, 20, 22, 27, 30	1, 3
32	4	2	4, 13, 16, 18, 20, 22, 30	1, 3, 5, 9, 10
33	5	5	3, 4, 13, 18, 22	1, 3
34	4	2	3, 4, 13, 14, 18, 21, 22, 30	1, 3, 5, 10
35	5	1	1, 2, 3, 4, 8, 14, 22, 24, 26, 27, 29, 30	1, 3, 6, 9
36	5	4	1, 2, 3, 4, 13, 14, 15, 22, 28, 30	1, 3, 6, 9
37	5	1	2, 3, 4, 22, 23	1, 3, 5, 6, 9, 10
38	4	3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 13, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 29, 30	1, 3, 4, 8, 9
39	3	1	1, 3, 4, 22	1, 3
40	4	2	2, 3, 4, 14, 22	1, 3, 5
41	4	2	2, 3, 4, 9, 22, 27, 30	1, 3
42	5	1	3, 4, 14, 18, 22, 30	1, 3
43	4	3	3, 4, 22, 30	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10
44	5	5	2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 27, 30	1, 3, 4, 5, 6, 9, 10
45	5	3	9, 10, 11, 12, 14, 19, 22, 24, 30	1, 3, 5, 9, 10
46	5	2	2, 3, 4, 13, 16, 22	1, 3
47	5	3	2, 3, 4, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 30	1, 2, 3, 6, 8, 9, 10
48	4	2	2, 4, 15, 17, 30	1, 3
49	3	2	3, 4, 22, 30	1, 3
50	5	3	2, 3, 4, 5, 9, 13, 16, 17, 18, 22, 24	1, 3, 4, 5
51	5	5	4, 22	1, 2, 5, 10
52	4	2	2, 3, 4, 14, 15, 22, 27, 30	1, 3, 5, 8, 9, 10
53	5	2	3, 4, 13, 22, 30	1, 3, 10
54	5	3	1, 2, 3, 4, 5, 9, 13, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30	1, 3, 4, 9, 10

55	4	2	2, 3, 4, 13, 14, 30	3
56	3	3	1, 2, 3, 4, 5, 13, 22, 27, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
57	5	2	2, 3, 4, 6, 8, 9, 13, 14, 22, 23, 30	1, 3, 5, 6, 10
58	3	4	3, 4, 5, 13, 16, 22, 24	1, 3, 5, 9
59	5	3	3, 4, 18, 22	1, 3, 4, 5, 9
60	4	1	3	1, 3
61	5	3	2, 3, 4, 9, 12, 13, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 30	1, 3, 10
62	5	2	3, 4, 14, 22	5
63	5	2	3, 4, 18, 22, 30	1, 3, 9
64	3	3	3, 4, 9, 13, 22	1, 2
65	3	2	2, 3, 4, 9, 14, 18, 22, 27	1, 3, 5, 9, 10
66	2	2	3, 4, 5, 6, 9, 12, 14, 16, 22, 30	1, 3, 6, 7, 8, 9, 10
67	5	4	3, 4, 14, 30	1, 3, 4, 5
68	3	3	3, 9, 12	1, 4, 8, 9
69	5	2	2, 3, 4, 5, 10, 13, 14, 22, 27, 30	4, 5
70	5	2	1, 2, 3, 4, 8, 9, 13, 14, 22, 23, 30	1, 3
71	3	1	2, 3, 5, 11, 13, 16, 20, 22, 24	1, 5, 8, 9
72	5	2	3, 4, 13, 14, 22, 30	1, 3, 5, 9
73	4	1	2, 3, 4, 5, 6, 30	1, 3, 6, 9
74	3	1	3, 30	1, 3, 4, 5
75	2	1	3, 4, 13, 19, 22	1, 3, 6, 10
76	5	2	2, 3, 4, 14, 16, 17, 27	1, 3, 5
77	5	1	1, 3, 4, 14, 22, 27, 30	1, 2, 3, 5, 6, 9, 10
78	5	1	3, 4, 14, 22, 30	1, 3, 9
79	5	3	3, 8, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 3, 8
80	5	2	4, 22	3
81	5	2	3, 22	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10
82	4	1	1, 2, 3, 4, 5, 13, 21, 22, 27, 29	1, 3, 5, 10
83	5	1	3, 4, 17, 18, 30	1, 3
84	3	4	2, 3, 4, 9, 12, 13, 16, 18, 22, 24, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
85	3	3	1, 2, 3, 4, 9	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
86	5	1	2, 3, 4, 5, 6, 7, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 30	1, 3, 5
87	5	1	3, 4, 22	3
88	3	1	18, 21, 30	1, 3, 5
89	5	2	1, 4, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	1, 3
90	2	2	1, 2, 3, 4, 14, 22	1, 3
91	4	1	3, 13	1, 3, 5
92	4	1	3, 4, 14, 22, 27, 30	1, 3, 4, 5, 6
93	4	3	1, 2, 3, 4, 9, 14, 16, 22	3
94	4	1	3, 22	1, 9
95	5	1	2, 3, 4, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	1, 3, 5
96	3	2	2, 4, 30	3
97	4	2	2, 3, 4, 14, 16, 17, 22	1, 3, 4
98	5	5	1, 3, 4, 5, 13, 14, 22, 26, 27, 30	1, 3, 5, 9
99	5	5	3, 4, 9, 13, 14, 16, 21, 22, 30	1, 3, 6, 9
100	5	3	4, 22	1, 3, 5
101	5	1	2, 3, 4, 30	1, 3, 6, 8, 9, 10
102	5	2	2, 3, 13, 14, 16	1, 3, 5, 6, 9, 10
103	5	1	1, 2, 3, 4, 22, 30	4, 5, 6, 8, 9, 10, 1, 3,
104	3	1	2, 3, 9, 14, 30	1, 3, 4, 5, 6
105	5	1	3, 4, 5, 14, 30	1, 3, 4
106	5	1	3, 4, 5, 6, 7, 8, 12, 13, 30	1, 3, 8, 9
107	4	1	4, 18, 20, 21	1, 3, 5
108	4	3	2, 3, 14,	1, 2, 3, 5
109	4	1	2, 3, 4, 27, 30	1, 3
110	5	1	3, 4, 13, 14, 16, 22	3, 5, 9, 10
111	4	1	1, 3, 4, 5, 22	1, 3
112	5	4	2, 3, 4, 14, 16, 30	1, 3, 5, 9, 10
113	4	2	1, 3, 4, 5, 12, 13, 14, 16, 22, 30	1, 3, 4, 5, 10

114	5	2	3, 4, 14, 22	1, 3, 5, 6, 9, 10
115	4	1	2, 3, 4, 14, 22, 30	1, 5, 6, 10
116	5	1	1, 2, 3, 4, 8, 12, 13, 14, 16, 18, 21, 22, 30	1, 3, 9
117	3	3	2, 3, 4, 5, 7, 14, 16, 18, 20, 22, 24	1, 3
118	1	1	2, 3, 4, 14, 16, 22	1, 4, 7, 8, 9, 10
119	3	2	3, 4, 13, 18, 19, 20, 22	1, 3
120	4	2	2, 3, 4, 14, 22, 30	1, 3, 5
121	4	2	1, 2, 3, 4, 13, 14, 22, 27, 30	1, 5, 6
122	5	1	1, 4, 8, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	1
123	5	3	2, 3, 4, 9, 14, 19, 22, 30	1
124	5	2	4	5, 10
125	3	2	1, 2, 3, 4, 22, 30	3
126	5	5	2, 3, 4, 8, 13, 18, 20, 21, 22	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10
127	5	2	2, 3, 4, 13, 16, 27, 30	1, 5
128	3	2	3, 4, 5, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 30	1, 3, 5, 6, 9
129	5	1	1, 3, 4, 9, 14, 22, 30	3, 6
130	5	3	2, 3, 4, 13, 14, 27, 30	1, 2, 3, 5, 6
131	5	1	1, 3, 4, 14, 18, 20, 22, 30	1, 3, 5, 8, 9
132	5	1	4, 14, 22, 30	1, 3, 5
133	4	1	3, 4	3, 5
134	5	1	3, 16, 18, 22, 30	1, 3, 4, 5
135	5	1	2, 3, 4, 22, 27, 30	1, 3, 4, 9
136	5	1	2, 3, 4, 6, 13, 14, 22, 30	1, 6, 9, 10
137	5	2	2, 3, 4, 9, 14, 16, 17, 22, 27, 30	1, 2, 3, 4, 5, 10
138	2	1	3, 4, 8, 13, 18, 19, 23	1, 3
139	3	2	1, 3, 4, 5, 13, 16, 22, 30	1, 3, 9
140	3	1	4, 14, 22	1, 6
141	5	1	1, 2, 6, 7, 8, 13, 14, 15, 22	1, 2, 3, 5, 6, 9, 10
142	5	5	1, 3, 4, 13, 14, 16, 18, 22, 24, 30	1, 3, 5, 6, 9, 10
143	3	3	3, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 22, 24, 30	1, 3, 4, 6, 9
144	5	1	3, 5, 9, 17, 18, 20, 21, 22, 30	1, 3, 6
145	4	2	3, 4, 5, 22, 30	1, 3, 4, 5, 9, 10
146	3	1	3, 4, 5, 13, 22	5
147	5	4	2, 3, 4, 13, 14, 16, 18, 20, 22, 30	1, 3, 5, 10
148	5	3	2, 3, 4, 8, 9, 14, 28	1, 3, 9, 10
149	5	2	3, 4, 5, 8, 13, 19, 30	1, 3, 5, 6, 7
150	4	3	2, 3, 15, 16, 22, 30	1, 5
151	5	2	1, 3, 4, 13, 22, 30	1, 3, 5, 6
152	4	1	3, 4, 22	1, 3
153	5	3	3, 4, 18, 22, 30	1, 3, 4, 5, 6, 9, 10
154	5	4	4, 22	1, 3, 4, 6
155	5	1	3, 4, 22	5
156	5	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 13, 15, 16, 17, 22, 23, 27	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
157	5	3	2, 3, 4, 8, 22, 30	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9
158	3	2	2, 3, 4, 13, 14, 22	1, 3, 5
159	5	1	1, 2, 3, 4, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 30	1, 3, 6, 10
160	5	3	3, 4, 8, 18, 22, 27	1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10
161	5	2	3, 4, 14, 22	1, 3
162	5	2	1, 2, 3, 4, 13, 14, 16, 17, 19, 20	1, 3, 4
163	5	2	2, 3, 4, 13, 14, 22, 30	1, 3, 6, 8, 9, 10
164	5	5	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 18, 22	1, 3, 4, 5, 6, 9
165	3	2	3, 4, 22, 30	1, 3, 5, 6, 8, 9, 10
166	4	2	2, 3, 4, 7, 8, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 30	1, 3, 4, 5, 9
167	5	4	3, 4, 5, 9, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10
168	2	3	1, 3, 4, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29	1, 3, 5, 6, 9, 10
169	5	3	1, 2, 3, 4, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 3, 5
170	4	2	3, 4, 13, 14, 30	1, 3, 5
171	5	1	2, 3, 4, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	1, 3, 6, 9, 10
172	5	1	3, 4, 5, 8, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 30	1, 3, 5, 6, 9

173	4	2	3, 4, 22	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10
174	5	1	3, 4, 22, 30	1, 3, 6, 9, 10
175	4	3	2, 3, 4, 8, 9, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10
176	5	1	3, 4, 30	1, 3, 5, 6, 9
177	5	1	2, 3, 4, 14, 18, 19, 20, 22, 30	1, 3, 5, 8
178	5	4	2, 3, 4, 14, 30	1, 3, 4, 5
179	4	1	2, 3, 4, 14, 22, 27	1, 3, 5
180	5	1	3, 4, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 30	1, 3, 5, 6, 8, 9
181	5	3	2, 3, 4, 5, 9, 12, 13, 14, 22	1, 3, 4, 5
182	3	3	1, 2, 3, 4, 5, 9, 14, 16, 18, 19, 22, 30	1, 3, 4, 5
183	5	1	2, 4, 17, 22	1, 3, 6, 9
184	4	2	2, 3, 4, 7, 14, 18, 30	1, 3
185	3	2	1, 2, 3, 4, 5, 13, 22, 27, 30	1, 3, 9
186	3	1	1, 3, 4, 9, 22, 26, 27, 29, 30	1, 3
187	4	2	3, 4, 22, 30	1
188	2	1	3	3, 5
189	5	1	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 14, 18, 19, 20, 22, 30	1, 3, 10
190	3	1	2, 3, 13, 18, 27, 30	1
191	5	1	3, 4, 7, 30	1, 3
192	5	2	2, 3, 4, 6, 8, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 3, 4, 5, 9, 10
193	4	4	2, 3, 4, 8, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 30	1, 2, 3, 5, 9
194	4	2	2, 3, 14, 16, 17, 19, 22	1
195	5	2	3, 4, 22, 30	1, 3
196	4	2	1, 2, 3, 4, 9, 30	3, 6, 10
197	4	2	3, 4, 30	4
198	5	1	3, 4, 13, 14, 15, 22, 30	1, 3, 6, 9, 10
199	5	2	2, 3, 4, 5, 8, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 30	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10

Odgovori na vprašanja – intenzivnost uporabe Facebooka

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1	2	2	3	4	4	2	2	4
2	4	2	4	5	4	4	5	5
3	3	1	1	1	1	1	1	1
4	8	3	5	3	4	4	1	4
5	5	2	2	1	1	1	1	1
6	7	3	3	3	3	1	2	3
7	8	4	5	5	5	5	5	5
8	6	2	1	5	1	1	1	4
9	6	1	2	2	4	1	1	1
10	9	4	3	3	4	3	3	4
11	6	1	2	2	1	1	2	2
12	9	2	3	4	2	1	3	5
13	9	2	1	2	2	1	1	1
14	9	6	4	4	4	1	2	4
15	5	1	2	2	2	1	1	1
16	6	4	2	2	4	3	1	2
17	9	2	2	2	3	3	1	4
18	6	2	2	3	5	1	3	3
19	9	4	5	3	5	3	2	5
20	5	2	2	2	2	1	1	1
21	6	1	3	1	3	1	1	2
22	7	2	4	3	4	2	2	3
23	6	1	2	2	1	1	1	1
24	9	4	3	3	3	3	3	4
25	3	1	2	2	2	1	2	2
26	8	1	1	2	1	1	1	2
27	5	1	1	2	1	1	1	2
28	9	2	2	3	3	1	1	1
29	8	2	1	2	2	3	1	4
30	9	2	2	3	2	1	2	3
31	8	3	5	2	5	2	2	4
32	8	2	3	3	2	1	1	2
33	7	4	5	1	4	1	1	3
34	7	3	4	3	4	2	2	4
35	8	2	3	4	4	1	1	4
36	6	2	4	5	5	2	3	5
37	9	2	4	3	4	3	1	4
38	9	3	3	5	5	1	3	1
39	8	1	2	2	2	1	1	2
40	7	2	3	1	4	1	1	1
41	4	1	3	1	3	3	1	4
42	6	1	3	3	2	2	3	4
43	8	2	2	2	2	1	1	1
44	9	5	5	4	5	3	1	4
45	7	4	5	5	5	1	4	5
46	4	1	1	3	1	1	2	3
47	6	2	3	2	3	1	2	1
48	4	1	2	2	2	1	2	2
49	4	2	1	2	3	1	1	1
50	6	1	2	4	3	1	2	2
51	9	2	1	5	1	1	1	1
52	4	1	2	3	4	1	2	2
53	6	1	2	2	2	2	1	3
54	9	3	2	5	2	1	1	3
55	3	1	1	1	1	1	1	1

56	9	4	4	3	3	1	2	5
57	9	4	4	4	5	2	2	5
58	6	1	1	1	2	1	2	1
59	4	1	2	2	5	4	1	4
60	2	1	1	1	1	1	1	1
61	4	2	5	3	4	1	2	2
62	9	2	2	3	2	2	3	5
63	4	2	3	3	2	1	1	2
64	5	1	1	2	1	1	1	1
65	5	2	2	3	1	1	3	2
66	2	1	1	4	1	1	1	3
67	8	3	4	4	3	3	2	4
68	2	1	2	2	2	1	1	2
69	8	1	2	3	2	1	1	4
70	6	1	2	2	2	2	2	3
71	4	1	1	1	1	1	1	1
72	5	1	1	3	1	1	2	3
73	5	1	1	3	1	1	1	1
74	2	1	1	1	1	1	1	1
75	2	2	1	3	3	1	1	4
76	9	1	2	2	2	1	2	3
77	6	2	3	4	4	1	2	4
78	6	1	1	1	1	1	1	1
79	4	3	2	2	2	1	1	3
80	4	6	5	5	5	5	3	5
81	3	2	3	4	3	1	2	2
82	6	2	2	1	2	1	1	1
83	3	1	1	1	1	1	1	1
84	8	2	2	5	2	1	1	3
85	4	2	1	1	1	1	1	1
86	4	3	3	4	3	1	3	1
87	9	1	1	1	1	1	1	1
88	8	1	4	3	2	1	1	1
89	5	3	4	5	5	3	2	5
90	2	1	1	2	1	1	1	1
91	3	3	3	2	3	3	2	2
92	4	1	4	3	2	2	3	4
93	9	1	1	1	2	2	1	2
94	6	2	2	2	2	1	2	2
95	8	2	2	1	2	1	1	3
96	4	1	1	3	1	1	1	1
97	7	5	5	3	4	1	2	2
98	9	3	5	5	5	5	4	5
99	4	2	1	3	1	1	2	3
100	9	3	5	3	4	3	4	3
101	4	1	1	2	1	1	1	1
102	9	3	4	3	2	1	2	3
103	7	3	4	4	4	1	2	4
104	7	2	3	1	3	2	1	1
105	4	2	5	5	5	5	5	5
106	9	3	2	2	2	2	1	1
107	5	3	4	3	5	3	3	5
108	7	3	4	3	4	2	2	2
109	9	3	5	5	5	3	1	2
110	5	2	2	4	2	1	1	3
111	3	1	1	3	2	1	2	2

112	8	3	4	4	4	3	3	4
113	7	2	4	3	4	1	1	1
114	6	2	4	4	4	2	2	3
115	5	3	3	3	3	1	2	3
116	7	3	3	2	4	1	1	2
117	9	2	3	2	4	4	1	4
118	4	1	1	2	2	1	1	1
119	5	2	3	4	3	2	2	4
120	4	1	1	2	1	1	1	1
121	8	2	5	3	4	4	2	5
122	6	3	3	3	4	1	3	4
123	3	2	3	2	4	1	1	1
124	4	6	5	3	5	1	3	1
125	9	4	3	1	2	2	1	4
126	9	2	3	4	3	1	1	1
127	8	1	1	3	2	1	1	1
128	9	1	2	3	2	1	1	3
129	3	1	3	3	4	1	1	3
130	7	3	3	2	3	1	2	3
131	5	1	4	3	1	1	1	5
132	9	5	5	5	5	4	4	5
133	6	1	1	2	3	1	1	2
134	4	2	2	1	1	1	1	1
135	6	2	4	4	4	1	1	3
136	7	4	5	5	5	2	3	2
137	9	2	4	5	5	2	4	5
138	2	2	1	2	1	1	2	2
139	7	2	2	2	2	2	2	2
140	4	4	2	2	2	1	2	2
141	9	1	2	2	2	1	1	2
142	8	2	1	1	1	1	1	1
143	4	1	3	3	2	1	2	3
144	7	2	3	2	3	1	1	3
145	8	2	3	3	4	1	3	3
146	8	2	1	3	2	1	1	1
147	9	3	4	3	4	3	2	4
148	4	2	2	4	4	1	1	2
149	5	3	2	3	4	4	1	2
150	9	3	2	2	2	1	1	1
151	8	3	4	2	5	2	2	3
152	5	1	2	2	2	1	1	1
153	3	1	3	3	5	4	2	3
154	8	2	2	3	3	1	2	3
155	3	1	3	2	2	1	1	1
156	2	2	1	2	1	1	1	1
157	6	3	5	3	5	2	2	2
158	9	1	1	3	1	1	3	4
159	8	2	4	3	4	3	3	4
160	9	2	3	3	3	2	2	5
161	8	3	3	2	4	1	1	3
162	7	3	4	3	4	1	1	3
163	4	2	3	2	3	1	1	1
164	1	1	3	3	3	4	4	5
165	6	2	4	4	4	2	2	3
166	5	4	5	5	5	3	1	4
167	4	1	5	3	5	3	2	5

168	4	2	1	2	1	1	2	3
169	8	4	5	4	3	1	1	3
170	4	2	2	3	2	1	1	3
171	7	2	3	4	3	3	1	5
172	7	4	5	2	5	1	3	4
173	8	1	2	3	1	1	1	2
174	4	1	1	2	1	1	1	2
175	4	3	4	4	4	2	3	4
176	5	1	1	4	1	1	2	2
177	8	2	2	1	3	1	2	4
178	6	1	2	1	2	1	2	3
179	4	3	2	3	2	1	1	1
180	8	3	4	3	4	1	1	4
181	7	2	4	3	4	2	3	4
182	9	3	4	5	4	1	2	5
183	3	3	4	3	4	2	1	3
184	2	2	4	4	4	1	3	1
185	4	1	1	2	1	1	1	2
186	3	1	1	5	1	1	1	1
187	5	2	4	2	4	1	1	2
188	4	1	2	2	2	1	1	3
189	7	4	5	3	5	1	3	4
190	9	4	3	2	3	1	1	2
191	4	1	3	3	4	1	1	5
192	8	2	3	1	4	2	1	3
193	5	1	2	1	3	3	1	3
194	9	3	4	4	4	1	1	2
195	7	2	3	3	3	1	1	3
196	6	2	2	1	2	1	1	3
197	3	1	1	1	1	1	1	1
198	3	1	1	3	1	1	1	3
199	9	4	4	4	4	4	4	5

Odgovori na vprašanja – premostitveni socialni kapital

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1	5	4	3	5	3	5	5	4	4	3
2	5	4	4	5	5	5	5	4	4	2
3	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1
4	3	3	3	3	3	3	5	4	1	1
5	2	3	3	3	4	4	3	1	2	1
6	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4
7	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5
8	3	4	1	1	1	3	4	4	1	1
9	2	3	2	2	1	1	2	2	3	2
10	5	1	3	5	3	4	4	5	4	1
11	2	1	3	2	2	3	4	2	1	1
12	4	3	2	3	2	4	2	4	2	2
13	4	4	3	4	1	1	2	2	4	2
14	3	3	4	4	2	2	3	4	4	3
15	3	3	3	3	2	1	5	3	5	2
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
17	3	2	2	2	1	2	2	2	4	2
18	3	3	2	3	1	2	3	3	5	5
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
20	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3
21	1	2	3	2	2	2	3	3	1	1
22	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2
23	1	1	4	1	1	1	3	1	3	1
24	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
25	3	2	2	2	2	3	3	2	3	1
26	2	1	3	3	2	2	3	1	2	2
27	4	3	4	5	2	3	5	1	2	2
28	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
29	2	3	1	2	1	2	3	3	3	2
30	3	3	3	5	4	4	4	2	4	2
31	2	2	3	3	2	3	3	3	1	1
32	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1
33	3	2	2	4	2	2	4	2	5	4
34	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2
35	3	3	3	4	1	2	4	4	1	1
36	4	2	3	4	3	3	2	5	3	2
37	4	3	4	4	2	4	3	2	1	1
38	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2
39	2	1	1	1	1	1	2	1	3	3
40	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
41	3	3	2	4	1	3	3	3	4	2
42	1	1	1	1	2	1	3	2	5	2
43	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3
44	3	3	4	3	1	4	1	2	4	5
45	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3
46	2	1	2	3	1	1	3	3	4	3
47	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3
48	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
49	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2
50	2	3	3	4	4	4	2	2	3	3
51	3	3	5	5	1	1	5	1	5	1
52	3	3	3	4	2	3	4	2	2	2
53	3	2	4	3	5	3	4	3	3	1
54	3	2	1	2	3	3	3	2	4	2

55	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
57	4	2	5	5	5	5	5	5	2	1
58	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3
59	3	3	3	3	1	3	2	3	4	2
60	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1
61	4	3	3	4	2	4	5	4	2	1
62	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2
63	3	1	4	2	1	2	4	1	4	2
64	1	2	3	4	1	1	5	1	4	1
65	3	2	3	3	2	2	3	1	2	1
66	2	1	2	3	1	1	5	1	5	1
67	4	2	3	1	3	3	3	4	4	4
68	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3
69	3	3	4	4	3	2	3	2	3	1
70	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3
71	3	3	2	3	1	1	4	1	1	1
72	2	2	2	3	1	2	1	3	1	1
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	2	1	1	1	1	5	5	1	1	1
75	3	3	3	3	4	4	4	3	2	1
76	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2
77	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2
80	2	1	1	1	1	3	3	5	3	1
81	1	4	4	5	2	3	2	3	1	1
82	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1
83	1	1	1	3	1	1	3	1	3	3
84	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3
85	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2
86	2	2	2	2	2	2	2	4	3	1
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
88	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1
89	4	4	3	4	2	3	3	3	3	2
90	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2
91	2	1	2	1	1	3	4	2	2	1
92	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
93	2	3	3	3	2	4	4	2	4	2
94	2	2	2	2	3	3	4	2	4	1
95	1	1	1	1	4	5	4	4	4	1
96	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2
97	4	3	3	3	2	2	4	3	3	1
98	5	3	3	5	3	4	5	5	5	4
99	4	2	3	4	2	3	4	1	4	2
100	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
101	2	4	5	5	3	2	2	1	3	1
102	3	2	2	4	2	3	4	2	2	2
103	2	4	2	3	1	1	2	4	4	3
104	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
105	5	4	4	4	3	5	5	5	2	2
106	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1
107	2	1	1	4	4	2	2	5	3	2
108	2	2	2	2	1	3	1	3	3	2
109	3	2	2	5	2	3	2	3	3	4

110	2	2	2	3	1	1	1	1	2	1
111	2	2	1	1	2	3	4	2	3	1
112	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
113	2	3	2	4	2	3	5	2	2	2
114	3	2	2	2	2	3	3	3	1	1
115	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1
116	3	2	2	3	3	3	2	4	1	1
117	4	4	4	4	2	5	4	3	3	2
118	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2
119	4	2	4	4	2	2	4	3	2	1
120	3	1	5	4	3	4	3	1	2	1
121	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2
122	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1
123	2	2	2	2	1	1	4	2	2	1
124	1	1	3	2	3	2	5	5	5	3
125	2	2	3	2	1	2	2	4	3	2
126	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4
127	2	3	2	4	2	2	2	1	4	3
128	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2
129	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
130	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
131	1	1	1	1	1	1	4	3	2	2
132	5	3	3	5	4	5	5	5	2	1
133	3	1	3	1	1	4	1	2	4	1
134	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1
135	2	1	1	3	1	1	1	2	5	1
136	2	2	2	2	2	2	5	3	1	1
137	2	3	2	2	3	4	3	3	2	2
138	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2
139	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4
140	4	2	3	2	1	1	3	3	1	1
141	3	2	2	2	3	2	4	1	1	2
142	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1
143	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
144	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
145	4	4	2	3	2	4	4	3	3	2
146	1	1	1	3	1	1	3	1	2	1
147	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3
148	3	2	2	3	1	2	2	1	2	1
149	3	4	4	1	5	5	1	3	4	4
150	3	2	2	4	1	2	4	2	4	2
151	1	1	1	1	2	2	4	3	2	1
152	4	2	2	4	2	2	2	2	1	1
153	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
154	3	2	3	5	4	4	4	2	3	3
155	3	3	3	5	1	3	3	3	1	1

156	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
157	4	3	3	4	2	2	3	2	3	1
158	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
159	2	2	2	2	3	4	5	5	1	1
160	2	2	3	2	2	4	4	3	3	2
161	3	4	2	4	3	3	3	4	3	1
162	3	3	3	3	1	1	3	4	4	2
163	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	3	3	3	3	2	3	4	3	1	1
166	1	1	2	5	1	2	3	4	3	2
167	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
168	1	2	2	3	2	2	4	3	3	3
169	4	3	1	3	3	3	3	4	3	1
170	2	2	2	4	1	3	4	2	2	2
171	3	3	4	4	2	4	4	2	3	1
172	3	4	3	4	2	4	4	5	1	1
173	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1
174	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1
175	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
176	2	1	3	3	1	4	4	3	1	1
177	3	3	3	4	1	4	3	2	3	2
178	1	2	2	3	3	2	3	3	3	4
179	2	3	1	3	1	2	2	2	2	1
180	3	4	4	4	1	3	3	2	1	1
181	3	4	4	5	4	4	3	3	5	3
182	4	3	3	2	2	3	4	4	4	5
183	5	5	5	5	3	5	4	3	1	1
184	2	1	1	3	2	2	2	2	4	1
185	2	2	1	2	2	1	3	3	2	1
186	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
187	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1
188	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
189	3	3	3	3	3	4	4	4	2	1
190	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1
191	2	1	1	2	3	3	3	1	1	1
192	2	4	3	4	2	4	3	3	3	1
193	3	2	4	4	4	3	4	4	5	3
194	2	2	2	3	1	2	3	4	2	2
195	3	1	1	1	1	1	1	3	2	1
196	1	1	3	3	1	2	3	4	3	1
197	1	2	2	2	1	1	3	1	4	1
198	2	2	3	3	2	3	1	3	3	1
199	3	3	4	4	4	4	4	5	3	2

Odgovori na vprašanja – vezivni socialni kapital

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1	5	4	2	3	3	4	4	3	3	4
2	5	5	1	4	5	5	3	3	2	5
3	5	5	1	2	5	5	4	5	1	5
4	4	4	1	1	3	2	5	1	1	5
5	4	4	2	1	1	3	3	1	3	4
6	4	2	5	3	3	2	3	3	5	3
7	4	5	1	4	1	5	4	5	3	5
8	3	3	1	2	1	1	3	1	4	2
9	5	5	1	2	4	2	4	3	2	3
10	5	5	1	4	2	3	4	4	2	4
11	4	2	3	4	1	2	2	1	4	5
12	5	5	1	4	5	4	4	3	2	5
13	4	4	1	2	1	2	5	3	1	4
14	5	2	2	1	1	3	4	4	1	3
15	5	5	1	2	1	2	5	1	1	2
16	4	4	2	1	2	1	3	1	2	3
17	2	2	2	4	3	4	3	3	2	3
18	2	5	1	3	1	5	1	5	1	5
19	5	4	3	5	1	1	3	1	2	3
20	1	1	5	2	1	1	3	2	2	3
21	3	2	2	1	1	1	3	1	1	4
22	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3
23	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4
26	4	5	1	3	5	5	5	5	4	5
27	2	1	5	1	1	1	2	2	4	2
28	2	2	3	1	1	2	4	1	2	2
29	1	1	5	3	1	1	2	1	5	3
30	4	5	1	2	2	2	4	3	3	3
31	1	1	5	2	1	1	3	1	2	2
32	2	2	4	1	3	4	4	4	1	3
33	4	5	2	2	1	1	4	1	2	5
34	3	1	3	1	1	2	4	1	4	5
35	1	1	2	1	1	1	4	1	4	4
36	5	5	1	3	5	5	5	5	1	5
37	5	5	1	1	4	4	4	4	3	4
38	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3
39	2	2	4	1	1	1	1	1	3	3
40	4	4	2	1	3	1	4	1	2	3
41	5	5	1	3	5	5	3	3	2	5
42	5	3	4	1	2	2	5	1	3	4
43	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2
44	3	4	1	1	3	1	3	3	3	4
45	5	5	1	5	2	5	3	3	5	5
46	1	1	4	2	1	2	3	1	4	3
47	4	5	1	3	1	3	3	2	2	5
48	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
49	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1
50	4	2	3	3	4	4	4	4	1	4
51	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1
52	4	3	3	1	1	1	4	1	3	2
53	5	3	4	2	2	2	4	4	4	4

54	4	5	2	4	3	3	4	3	3	3
55	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
57	4	5	1	5	1	2	5	1	4	5
58	3	3	5	2	2	2	3	2	2	2
59	4	1	3	1	1	1	2	1	3	3
60	2	4	4	1	1	3	1	2	1	5
61	5	5	1	3	3	3	4	3	2	4
62	3	3	4	5	1	1	4	2	4	3
63	4	3	1	3	4	4	5	2	3	5
64	5	3	1	3	3	1	3	1	3	4
65	4	5	2	2	2	2	4	2	3	3
66	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5
67	4	1	3	5	5	3	4	1	4	5
68	3	2	5	3	1	1	3	1	5	1
69	5	4	1	4	3	4	5	4	1	5
70	5	5	1	3	4	5	3	3	2	3
71	3	1	2	1	1	1	4	2	3	3
72	1	1	3	2	1	2	3	2	2	3
73	4	3	5	3	3	1	3	3	3	3
74	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2
75	4	1	4	3	1	1	3	3	4	3
76	4	3	2	2	2	2	4	2	2	2
77	3	3	1	1	3	3	5	3	1	5
78	3	1	5	2	1	1	3	1	4	2
79	3	3	1	2	3	3	3	3	1	3
80	3	5	1	4	1	1	5	1	2	1
81	4	1	1	1	1	2	5	1	1	3
82	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1
83	4	4	3	2	1	3	3	3	4	4
84	1	1	1	5	1	1	3	1	3	3
85	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2
86	3	1	5	1	1	1	1	1	4	3
87	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1
88	3	3	2	1	1	3	1	3	5	2
89	4	4	1	3	3	3	4	3	2	4
90	4	3	4	2	1	3	4	3	1	4
91	1	1	5	1	1	1	2	1	1	1
92	3	2	2	2	2	2	4	2	2	4
93	2	2	2	2	1	4	2	2	5	3
94	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
95	4	2	4	2	2	2	4	2	4	4
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
97	5	5	1	3	5	5	4	5	2	5
98	4	5	3	5	1	1	3	3	4	4
99	2	2	5	1	1	1	2	1	2	1
100	5	5	1	3	5	4	4	4	1	4
101	4	4	1	2	4	4	4	4	1	4
102	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5
103	5	5	1	2	4	3	3	1	3	4
104	3	1	4	1	1	1	2	1	1	1
105	5	5	1	2	5	5	1	5	1	5
106	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2
107	5	5	1	3	1	3	2	2	3	5

108	3	1	4	1	1	3	3	1	4	3
109	4	5	1	2	1	5	3	3	2	4
110	2	1	3	1	2	2	3	2	4	2
111	2	2	4	3	1	2	2	1	2	3
112	4	4	2	2	1	1	3	2	3	3
113	3	3	1	1	1	2	3	2	3	2
114	5	5	1	4	5	4	5	4	2	5
115	5	5	1	1	4	3	3	4	3	4
116	4	4	1	3	5	4	4	3	2	4
117	2	1	4	1	1	1	3	1	3	4
118	1	1	5	1	1	1	2	1	3	3
119	4	2	3	2	2	2	4	2	3	3
120	5	5	1	3	2	3	1	3	3	3
121	3	4	3	2	1	2	3	3	2	3
122	4	4	4	3	4	4	4	2	1	4
123	4	5	1	1	5	3	4	3	1	4
124	5	4	1	1	3	5	5	3	1	5
125	4	3	1	2	1	1	2	1	2	2
126	4	5	1	3	5	5	4	4	1	5
127	5	4	2	1	1	1	1	1	4	4
128	1	1	5	1	1	3	3	2	3	2
129	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5
130	3	3	2	3	1	2	2	2	2	1
131	5	3	2	2	1	4	5	4	1	4
132	4	4	1	5	4	3	4	3	2	5
133	3	4	1	1	3	3	3	2	1	5
134	5	4	3	1	2	1	2	1	2	3
135	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5
136	4	5	2	1	1	1	3	1	3	3
137	4	4	1	2	1	2	4	2	2	3
138	2	1	4	2	2	2	5	2	4	4
139	3	3	2	4	4	4	3	2	1	3
140	2	2	3	2	1	1	3	1	5	3
141	1	2	4	1	1	1	2	1	4	2
142	5	5	1	5	1	1	5	1	5	5
143	3	1	3	1	1	1	2	1	3	3
144	2	2	4	2	1	2	4	1	3	1
145	4	4	1	4	2	3	4	2	1	3
146	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
147	5	4	2	5	2	2	4	3	3	3
148	1	1	2	2	1	1	3	1	3	3
149	4	4	2	1	1	1	1	1	2	4
150	3	3	3	4	1	1	1	1	3	3
151	4	5	1	3	4	4	5	4	1	5
152	4	4	1	3	4	4	4	4	2	4
153	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4
154	3	3	2	4	2	2	4	2	2	4

155	2	2	5	1	1	1	3	1	3	3
156	1	1	5	1	1	1	1	1	4	1
157	5	5	1	2	5	2	5	4	2	4
158	3	2	1	2	3	2	3	4	2	3
159	5	5	1	3	5	5	4	5	1	5
160	5	5	1	4	5	4	5	5	3	5
161	4	4	1	2	2	4	3	3	4	4
162	1	1	5	1	1	1	4	1	4	4
163	1	1	5	2	1	1	1	1	4	1
164	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
165	4	3	1	3	1	2	4	1	3	3
166	5	3	1	3	2	3	4	3	2	3
167	4	4	1	3	5	3	5	5	1	5
168	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3
169	5	5	1	3	5	5	3	4	4	5
170	3	3	4	2	1	1	3	3	2	4
171	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3
172	4	4	1	5	2	3	3	3	2	2
173	4	5	1	1	3	3	5	4	1	4
174	5	5	5	1	3	4	3	3	1	4
175	3	3	1	4	1	4	4	3	2	5
176	4	3	2	4	1	2	5	2	3	4
177	5	5	1	2	4	3	4	4	2	5
178	4	1	2	3	1	2	4	1	3	4
179	5	5	1	2	2	2	3	2	3	4
180	5	5	1	4	5	1	5	3	1	5
181	5	2	2	3	1	3	4	2	2	5
182	3	1	1	3	1	5	3	3	4	3
183	5	5	1	3	3	5	3	5	2	4
184	5	5	1	2	5	5	3	5	3	5
185	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3
186	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1
187	5	5	1	3	2	1	3	3	1	4
188	3	3	1	1	1	2	3	3	3	3
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	2	2	1	1	1	1	2	1	3	3
191	5	5	1	1	1	1	3	1	1	3
192	5	5	5	2	1	3	5	1	3	3
193	5	3	1	4	5	1	5	3	1	5
194	4	2	4	5	3	3	3	1	4	3
195	4	4	1	1	4	3	3	2	3	3
196	3	5	1	1	1	5	5	5	3	3
197	4	2	1	1	3	3	3	3	1	3
198	4	4	1	2	4	4	4	3	1	4
199	5	5	1	3	2	4	5	4	2	4

Odgovori na vprašanja – ohranjevalni socialni kapital

	1.	2.	3.	4.	5.
1	5	4	4	4	5
2	5	4	3	3	4
3	4	5	1	4	5
4	4	2	2	3	4
5	5	4	4	4	5
6	3	4	4	3	5
7	4	4	3	4	4
8	3	4	1	3	5
9	3	3	2	2	3
10	4	5	5	5	5
11	5	5	5	2	5
12	4	5	5	5	5
13	4	4	4	5	4
14	4	5	3	4	5
15	5	3	5	5	5
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	5
18	2	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	5
21	4	5	5	5	5
22	5	3	3	3	4
23	1	1	2	3	4
24	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3
26	5	5	5	5	5
27	4	4	5	3	5
28	2	4	4	4	5
29	2	4	3	3	5
30	4	4	5	4	5
31	3	2	2	3	5
32	3	2	4	4	5
33	5	3	5	5	5
34	5	5	3	5	5
35	5	5	5	5	5
36	5	5	4	4	5
37	5	5	4	4	5
38	3	2	2	3	3
39	2	2	2	2	4
40	3	4	4	4	4
41	4	4	4	3	5
42	4	5	5	5	5
43	2	3	3	3	3
44	4	5	5	5	5
45	2	4	4	2	5
46	5	3	2	5	5
47	4	5	5	5	5
48	3	3	3	3	4
49	3	3	1	2	5
50	4	4	4	4	4
51	5	1	5	5	5
52	4	5	4	5	5
53	4	4	4	4	5
54	3	3	3	4	5
55	3	4	3	3	5

56	3	3	3	3	3
57	5	5	2	5	5
58	3	2	2	2	5
59	5	4	1	5	5
60	2	1	1	3	5
61	4	4	4	3	5
62	3	3	4	4	5
63	4	5	4	4	4
64	4	5	2	4	5
65	3	3	4	4	5
66	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5
68	3	3	3	3	4
69	5	5	4	5	5
70	5	4	2	4	5
71	4	3	3	4	4
72	3	3	4	3	4
73	4	4	1	3	5
74	3	2	3	3	5
75	4	1	2	3	4
76	5	4	3	4	5
77	5	5	5	5	5
78	4	4	3	3	5
79	5	4	5	5	5
80	1	5	1	1	1
81	4	5	5	3	5
82	3	2	2	2	5
83	4	5	3	5	4
84	5	5	3	5	5
85	2	2	2	2	2
86	2	4	3	3	4
87	3	1	3	3	3
88	4	4	4	4	5
89	4	5	5	5	5
90	4	2	3	4	4
91	5	5	5	5	5
92	4	4	3	4	5
93	3	4	4	4	5
94	3	3	3	2	4
95	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	4
97	2	2	2	3	5
98	3	5	4	4	5
99	5	1	1	2	4
100	4	4	4	4	5
101	5	5	5	5	5
102	4	5	5	5	5
103	5	5	4	5	5
104	1	1	1	2	3
105	5	5	5	1	5
106	2	2	2	2	2
107	4	4	3	5	5
108	4	2	2	2	5
109	3	5	2	3	3
110	4	4	4	5	5
111	5	4	3	3	4

112	4	4	4	4	4
113	2	3	3	3	5
114	4	4	4	4	5
115	3	2	2	1	5
116	4	3	3	4	5
117	4	5	5	5	5
118	3	2	3	3	2
119	4	4	4	4	5
120	4	5	5	5	5
121	4	2	3	3	4
122	5	5	5	4	5
123	4	4	3	4	5
124	5	5	5	5	5
125	2	2	2	3	5
126	5	5	5	5	5
127	4	4	4	4	5
128	3	3	3	3	4
129	5	5	5	5	5
130	2	3	3	3	3
131	5	5	2	5	5
132	5	5	5	4	5
133	3	3	2	1	5
134	3	2	3	3	5
135	2	2	3	5	5
136	2	4	4	2	4
137	5	5	4	5	5
138	5	4	3	4	4
139	4	4	4	4	4
140	3	2	2	2	3
141	4	3	2	3	4
142	5	5	5	5	5
143	2	3	2	3	4
144	3	5	3	3	5
145	5	4	4	4	5
146	1	2	4	5	4
147	4	3	5	4	5
148	5	4	4	4	5
149	4	4	4	2	3
150	4	4	2	3	1
151	3	2	3	5	5
152	4	4	4	4	5
153	4	4	4	4	4
154	4	3	4	3	5
155	2	3	3	3	4
156	5	5	5	5	5
157	3	5	5	3	5
158	4	2	5	5	5
159	4	4	5	4	5
160	4	4	4	4	5
161	5	4	4	4	5
162	4	3	3	3	5
163	4	4	3	4	5
164	3	3	3	3	5
165	2	4	2	3	5
166	4	4	3	3	5
167	5	5	3	3	5

168	4	3	2	2	5
169	5	5	5	5	5
170	4	4	3	3	5
171	4	4	4	4	5
172	3	4	4	4	4
173	3	4	4	5	5
174	2	4	4	2	5
175	4	4	5	4	5
176	5	5	4	5	5
177	5	4	4	3	5
178	4	4	4	4	5
179	4	4	3	3	4
180	5	5	4	4	5
181	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5
183	5	5	4	5	5
184	3	3	2	4	5
185	3	3	1	1	4
186	5	4	1	3	5
187	3	4	4	3	5
188	2	1	2	3	3
189	5	5	5	5	5
190	3	3	3	3	4
191	1	5	5	3	5
192	4	3	4	4	4
193	5	5	5	5	5
194	4	4	4	4	4
195	3	4	4	4	4
196	1	5	5	5	5
197	3	5	4	5	4
198	4	4	3	4	5
199	5	4	4	5	5

9.3 REZULTATI ODGOVOROV NA TRETJE IN ČETRTO VPRAŠANJE SKLOPA NAMEN UPORABE FACEBOOKA

KATERE IZMED NAŠTETIH PODATKOV O SEBI SI VKLJUČIL/A V SVOJ FACEBOOK PROFIL? (možnih je več odgovorov)		
OSEBNI PODATKI	število	delež
prebivališče	47	24%
domači kraj	100	50%
spol	181	91%
datum rojstva	178	89%
spolna usmerjenost	35	18%
politična opredelitev	12	6%
versko prepričanje	13	7%
priljubljeni citati	29	15%
iščem:		
prijateljstvo	43	22%
zmenkarije	5	3%
razmerje	4	2%
povezovanje	21	11%
IZOBRAZBA IN DELO	število	delež
srednja šola	81	41%
fakulteta/univerza	96	48%
delodajalec	13	7%
ni odgovora	61	31%
PRILJUBLJENE VSEBINE IN HOBIJI	število	delež
dejavnosti	62	31%
interesi	32	16%
glasba	62	31%
knjige	33	17%
filmi	42	21%
televizija	31	16%
ni odgovora	102	51%
KONTAKTNE INFORMACIJE	število	delež
E-mail	154	77%
internetni vzdevek	10	5%
mobilni telefon	18	9%
stacionarni telefon	2	1%
naslov	12	6%
mesto	39	20%
sojeska	7	4%
poštna številka	12	6%
slika	124	62%
ni odgovora	14	7%
KOGA PO TVOJEM MNENJU TI PODATKI ZANIMAJO IN SI JE OGLEDAL TVOJ PROFIL? (možnih je več odgovorov)		
	število	delež
bivši sošolci	182	91%
bivši profesorji	23	12%
ostali prijatelji	174	87%

popolni neznanci	49	25%
nekdo - zabava	107	54%
družina	68	34%
organi pregona	5	3%
delodajalec	25	13%
sodelavci	86	43%
sosedje	73	37%

9.4 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H1

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	72	49,47	22,53	507,72	10,26
b	34	45,70	-11,70	136,89	3,00
c	1	11,83	-10,83	117,29	9,91
d	17	29,59	-12,59	158,51	5,36
e	38	27,34	10,66	113,64	4,16
f	9	7,08	1,92	3,69	0,52
g	3	12,94	-9,94	98,80	7,64
h	13	11,96	1,04	1,08	0,09
i	12	3,10	8,90	79,29	25,61
skupaj	199	199,00	0,00		66,56

9.5 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H2

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	47	31,19	15,81	250,08	8,02
b	34	37,10	-3,10	9,61	0,26
c	26	38,71	-12,71	161,54	4,18
d	11	18,65	-7,65	58,52	3,14
e	24	22,19	1,81	3,28	0,15
f	29	23,16	5,84	34,11	1,48
g	0	8,16	-8,16	66,59	8,16
h	11	9,71	1,29	1,66	0,17
i	17	10,13	6,87	47,20	4,66
skupaj	199	199,00	0,00		30,21

9.6 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT PRI H3

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	9	5,88	3,12	9,73	1,66
b	36	30,57	5,43	29,48	0,96
c	72	80,55	-8,55	73,10	0,91
d	1	4,12	-3,12	9,73	2,36
e	16	21,43	-5,43	29,48	1,37
f	65	56,45	8,55	73,10	1,29
skupaj	199	199,00	0,00		8,56

9.7 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	29	27,74	1,26	1,59	0,06
b	27	25,63	1,37	1,88	0,07
c	4	6,63	-2,63	6,92	1,05
d	63	64,26	-1,26	1,59	0,02
e	58	59,37	-1,37	1,88	0,03
f	18	15,37	2,63	6,92	0,45
skupaj	199	199,00	0,00		1,68

9.8 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA VEZIVNI SOCIALNI KAPITAL

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	27	17,49	9,51	90,44	5,17
b	23	20,80	2,20	4,84	0,23
c	10	21,71	-11,71	137,12	6,32
d	31	40,51	-9,51	90,44	2,23
e	46	48,20	-2,20	4,84	0,10
f	62	50,29	11,71	137,12	2,73
skupaj	199	199,00	0,00		16,78

9.9 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV SPOLA NA OHRANJEVALNI SOCIALNI KAPITAL

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	6	3,02	2,98	8,88	2,96
b	19	15,68	3,32	11,02	0,70
c	35	41,31	-6,31	39,82	0,96
d	4	6,98	-2,98	8,88	1,28
e	33	36,32	-3,32	11,02	0,30
f	102	95,69	6,31	39,82	0,42
skupaj	199	199,00	0,00		6,62

9.10 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA INTENZIVNOST UPORABE FACEBOOKA

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	33	34,68	-1,68	2,82	0,08
b	23	22,56	0,44	0,19	0,01
c	11	9,76	1,24	1,54	0,16
d	32	31,57	0,43	0,18	0,01
e	20	20,54	-0,54	0,29	0,01
f	9	8,89	0,11	0,01	0,00
g	38	36,75	1,25	1,56	0,04
h	24	23,90	0,10	0,01	0,00
i	9	10,35	-1,35	1,82	0,18
skupaj	199	199,00	0,00		0,49

9.11 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA PREMOSTITVENI SOCIALNI KAPITAL

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	30	30,97	-0,97	0,94	0,03
b	32	28,62	3,38	11,42	0,40
c	5	7,41	-2,41	5,81	0,78
d	26	28,20	-2,20	4,84	0,17
e	28	26,06	1,94	3,76	0,15
f	7	6,74	0,26	0,07	0,01
g	36	32,82	3,18	10,11	0,31
h	25	30,33	-5,33	28,41	0,94
i	10	7,85	2,15	4,62	0,59
skupaj	199	199,00	0,00		3,37

9.12 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV ŽIVLJENJSKEGA OKOLJA POSAMEZNIKA NA VEZIVNI SOCIALNI KAPITAL

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	12	19,53	-7,53	56,70	2,90
b	28	23,23	4,77	22,75	0,98
c	27	24,24	2,76	7,62	0,31
d	19	17,78	1,22	1,49	0,08
e	20	21,15	-1,15	1,32	0,06
f	22	22,07	-0,07	0,00	0,00
g	27	20,69	6,31	39,82	1,92
h	21	24,62	-3,62	13,10	0,53
i	23	25,69	-2,69	7,24	0,28
skupaj	199	199,00	0,00		7,08

9.13 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA INSTRUMENTALNO OPORO

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	20	14,02	5,98	35,76	2,55
b	18	25,24	-7,24	52,42	2,07
c	24	22,74	1,26	1,59	0,07
d	11	15,38	-4,38	19,18	1,25
e	34	27,68	6,32	39,94	1,44
f	23	24,94	-1,94	3,76	0,15
g	14	15,60	-1,60	2,56	0,16
h	29	28,09	0,91	0,83	0,03
i	26	25,31	0,69	0,48	0,02
skupaj	199	199,00	0,00		7,75

9.14 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA INFORMACIJSKO OPORO

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	7	5,61	1,39	1,93	0,35
b	26	18,38	7,62	58,06	3,16
c	29	38,01	-9,01	81,18	2,14
d	8	6,15	1,85	3,42	0,56
e	17	20,16	-3,16	9,99	0,50
f	43	41,69	1,31	1,72	0,04
g	3	6,24	-3,24	10,50	1,68
h	16	20,46	-4,46	19,89	0,97
i	50	42,30	7,70	59,29	1,40
skupaj	199	199,00	0,00		10,79

9.15 POSTOPEK IZRAČUNA HI-KVADRAT ZA VPLIV VELIKOSTI VIRTUALNE SOCIALNE MREŽE POSAMEZNIKA NA EMOCIONALNO OPORO

celice	f_0	f_t	$f_0 - f_t$	$(f_0 - f_t)^2$	$(f_0 - f_t)^2/f_t$
a	17	13,71	3,29	10,82	0,79
b	18	16,82	1,18	1,39	0,08
c	27	31,47	-4,47	19,98	0,63
d	14	15,04	-1,04	1,08	0,07
e	15	18,45	-3,45	11,90	0,65
f	39	34,51	4,49	20,16	0,58
g	13	15,26	-2,26	5,11	0,33
h	21	18,72	2,28	5,20	0,28
i	35	35,02	-0,02	0,00	0,00
skupaj	199	199,00	0,00		3,42

10 POVZETEK

Hiter tempo življenja, vsakodnevna obremenjenost in pomanjkanje časa, na drugi strani pa hiter razvoj tehnologije in širitev digitalnih komunikacij so razlog, da se internet vse globlje vpleta v naše življenje. Prav dostopnost interneta in z njim povezani nizki stroški so korenito spremenili medsebojno komuniciranje in ga prenesli v tako imenovani kibernetski prostor. Tovrstna komunikacija se v največji meri odvija v vse popularnejših virtualnih socialnih omrežjih kot je Facebook. Slednji deluje predvsem z namenom povezovanja in poglobljanja že obstoječih poznanstev s pomočjo raznovrstnih načinov komuniciranja. Prav ti načini komuniciranja in vzdrževanja stikov pa so v današnjem hitrem tempu življenja postali nepogrešljivi, kajti omrežje poznanstev posamezniku ni prirojeno in pridobljeno za vselej, temveč ga mora vzdrževati in s trudom ohranjati, pri čemer spletna orodja vse bolj prihajajo v ospredje. To stališče se je potrdilo tudi v moji raziskavi, kjer je na osnovi odgovorov vidno, da posamezniki Facebook uporabljajo predvsem za vzdrževanje in ponovno vzpostavljanje odnosov s stiki, ki jih tudi osebno poznajo, v manjši meri pa za iskanje novih poznanstev. Tako je običajno virtualna socialna mreža na Facebooku predvsem preslikava realne socialne mreže v našem okolju. V raziskavi se je pokazalo, da imajo uporabniki relativno velike socialne mreže in s tem tudi večjo gostoto socialnih kontaktov, ki jih lahko mobilizirajo tudi preko spleta. Kajti večja kot je socialna mreža, bolj raznoliki in manj obremenjeni so viri pomoči, ki so nam v njej na voljo. Večji del moje diplomske naloge pa se naslanja na socialni kapital, katerega žarišče so prav mrežne povezave. Socialnega kapitala ne moremo poljubno ustvariti, lahko pa zanj oblikujemo bolj ali manj ugodno okolje. Tako me je zanimalo, ali socialni kapital lahko nastaja in se oblikuje tudi v virtualnih socialnih omrežjih kot je Facebook. Konkretno me je zanimalo, ali in kako intenzivnost uporabe Facebooka vpliva na posameznikov socialni kapital. Za podrobnejši vpogled in raziskovanje tega sicer vsebinsko širokega področja, sem se naslanjala na teoretično opredelitev treh oblik socialnega kapitala, torej na premostitveni, vezivni in ohranjevalni socialni kapital. V raziskavi se je s preverjanjem hipotez pokazalo, da obstaja pozitiven vpliv intenzivnosti uporabe na vse tri oblike socialnega kapitala. Pri raziskovanju spremenljivk življenjskega okolja in spola, ki bi lahko vplivali na socialni kapital pa se je z izračuni izkazalo, da življenjsko okolje nima nikakršnega vpliva. Medtem ko spol kot spremenljivka vseeno lahko igra pomembno vlogo v primeru vezivnega in ohranjevalnega socialnega kapitala. V dobi hitrega razvoja informacijske tehnologije se vzporedno z novimi načini komuniciranja razvijajo tudi novi načini iskanja socialne opore. Tako je lahko tudi Facebook v pomoč kot orodje pri iskanju

različnih vrst opore. Konkretno me je zanimalo, ali ima velikost virtualne socialne mreže posameznika vpliv na izbrane oblike socialne opore. V primeru informacijske opore se je statistično potrdil vpliv, v primeru instrumentalne in emocionalne opore pa velikost virtualne socialne mreže ne vpliva na dobljeno oporo s strani le-te. Tako se je pokazalo, da je Facebook kljub temu lahko primeren prostor za iskanje različnih vrst opore, pri čemer velja, da velikost virtualne socialne mreže v primeru instrumentalne in emocionalne opore ne predstavlja ključnega dejavnika.

Kljub temu, da je področje virtualnih socialnih omrežij relativno novo in še dokaj neraziskano, je vse bolj prisotno v našem življenju. Sicer teh aplikacij še ne uporabljajo vse generacije in morda ni neposredno povezano s socialnim delom, a ga kljub temu ne smemo prezreti, kajti uporabniku lahko predstavlja pomemben vir pomoči. Socialno delo se posveča raziskovanju socialnih mrež, torej se mora zavedati sprememb na tem področju in vse večje prisotnosti komuniciranja v virtualnem svetu. Omenjeni trend je nekaj, čemur se moramo prilagoditi in v čim večji meri izkoristiti njegov potencial, pri čemer pa ne smemo zanemariti klasične oblike pomoči. Tako je potrebno poiskati neko ravnotežje, kjer bosta oba načina pomoči delovala komplementarno.

