

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Monika Poklič

**Vpliv motivacije na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih
socialnih omrežjih: primer Reddit**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Monika Poklič

Mentorica: prof. dr. Tina Kogovšek

Somentorica: izr. prof. dr. Vesna Dolničar

**Vpliv motivacije na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih
socialnih omrežjih: primer Reddit**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

Zahvaljujem se mentorici prof. dr. Tini Kogovšek in somentorici izr. prof. dr. Vesni Dolničar za odzivnost in pomoč pri pisanju diplomskega dela.

Zahvaljujem se družini in prijateljem, ki so me spodbujali in mi stali ob strani.

Vpliv motivacije na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih: primer Reddit

S prihodom spleta so se pojavila spletna socialna omrežja, ki so z namenom posredovanja komunikacij preplavila naša življenja. Namenjena so predvsem komunikaciji in samopredstavitvi uporabnikov, ki je lahko iskrena ali pozitivna. Tako za uporabo kot nadaljnje samopredstavljanje posameznika vodi motivacija. Le-ta je lahko intrinzična oziroma notranja ali ekstrinzična oziroma zunanja. Na podlagi prebrane literature in empirične raziskave, je namen diplomskega dela ugotoviti, kako različni motivaciji vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve registriranega uporabnika na spletnem socialnem omrežju Reddit. Z regresijsko analizo podatkov, ki so bili pridobljeni z objavo ankete v večjih subredditih leta 2017, sem ugotovila, da tako intrinzična kot ekstrinzična motivacija pozitivno vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnem socialnem omrežju. Enako je bilo ugotovljeno v kvalitativnem delu, v katerem je bila opravljena analiza petih polstrukturiranih intervjujev.

Ključne besede: intrinzična motivacija, ekstrinzična motivacija, iskrena samopredstavitev, spletna socialna omrežja, Reddit.

Impact of motivation on the degree of honest self-presentation in online social networks: the case of Reddit

With the occurrence of the web, online social network sites have emerged, which have flooded our lives for communication purposes. They are primarily intended for communication and self-presentation of users, which can be honest or positive. Use and further self-presentation of the individual are driven by motivation. It can be intrinsic or extrinsic, based on the literature and empirical research, the purpose of the thesis is to find out how different motivations affect the level of honest self-presentation of a registered user on the Reddit online social network. By regression analysis of the data obtained from the publication of the survey on major subreddits in 2017, I found that both intrinsic and extrinsic motivation positively influence the degree of honest self-presentation on social network sites. The same was noted in the qualitative part in which five semi-structured interviews were analyzed.

Keywords: intrinsic motivation, extrinsic motivation, honest self-presentation, online social networks, Reddit.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	7
2 TEORETIČNI DEL	9
2.1 Motivacija.....	9
2.1.1 Intrinzična motivacija	10
2.1.2 Ekstrinzična motivacija.....	12
2.2 Spletna socialna omrežja	15
2.2.1 Spletno socialno omrežje Reddit	16
2.3 Samopredstavitev.....	17
2.3.1 Iskrena samopredstavitev	20
2.3.2 Vpliv motivacije na samopredstavitev	21
3 EMPIRIČNI DEL	23
3.1 Kvantitativno raziskovanje	24
3.1.1 Raziskovalni okvir	24
3.1.2 Anketni vprašalnik	24
3.1.3 Zbiranje in urejanje podatkov	25
3.1.4 Sociodemografske spremenljivke	26
3.1.5 Bivariatna analiza.....	27
3.1.6 Preverjanje hipotez.....	28
3.1.7 Ugotovitve.....	29
3.2 Kvalitativno raziskovanje	29
3.2.1 Metodologija	30
3.2.2 Analiza podatkov intervjujev	30
4 ZAKLJUČEK.....	35
5 VIRI.....	38
PRILOGE	43
PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK.....	43

PRILOGA B: SEZNAM SPREMENLJIVK S TRDITVAMI	47
PRILOGA C: STATISTIČNI IZRAČUNI.....	49
PRILOGA D.1: TRANSKRIPT INTERVJUJA.....	51
PRILOGA D.2: TRANSKRIPT INTERVJUJA.....	54
PRILOGA D.3: TRANSKRIPT INTERVJUJA.....	56
PRILOGA D.4: TRANSKRIPT INTERVJUJA.....	58
PRILOGA D.5: TRANSKRIPT INTERVJUJA.....	60

KAZALO TABEL

Tabela 3.1: Zakonski stan.....	26
Tabela 3.2: Pearsonov koeficient korelacije med sestavljenimi spremenljivkami.....	27
Tabela 3.3: Anova in prileganje regresijskemu modelu.....	28
Tabela 3.4: Regresijski koeficienti in njihove statistične značilnosti	28
Tabela C.1: Deskriptivne statistike indikatorjev.....	49
Tabela C.2: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za stopnjo iskrene samopredstavitve.....	50
Tabela C.3: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za ekstrinzično motivacijo.....	50
Tabela C.4: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za intrinzično motivacijo.....	50

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Vrste motivacije	9
Slika 3.1: Spol	26
Slika 3.2: Najvišja stopnja izobrazbe	26

1 UVOD

V današnjih časih si zelo malo ljudi zna predstavljati življenje brez uporabe pametnega telefona in aplikacij, ki so ponujene na le teh. Če se zazremo okoli sebe, vidimo le malo ljudi, ki v svoji bližini nima pametnega telefona. Izjeme so starejši ljudje, ki se niso popolnoma prilagodili tej tehnologiji ali pa se niti niso želeli. Med mladimi pa je uporaba zelo pogosta. Včasih kar pre pogosta, saj velikokrat lahko opazimo, da eden izmed prijateljev med kavo uporablja svoj mobilni telefon, prav tako med vožnjo. Mobilni telefoni se v današnjih časih ne uporabljajo le za klicanje in pisanje besedilnih sporočil, na njih so razno razne aplikacije, strani, platforme, spletne storitve, ki predstavljajo spletna socialna omrežja, na katerih ljudje s podobnimi interesi med seboj vzpostavijo stik. Med spletna socialna omrežja štejemo Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, bloge in forume (npr. Reddit). Omenjena spletna socialna omrežja uporabljamo za neposredno komuniciranje, hkrati pa nam omogočajo nenehno dosegljivost tako prijateljem kot neznancem, s katerimi smo povezani preko izbranega omrežja.

Če želimo postati registriran uporabnik spletnega socialnega omrežja, le-ta zahtevajo vsaj nekaj podatkov, ki so del posameznikove osebne samopredstavitve. Drugim uporabnikom je prikazano vsaj naše uporabniško ime, ostali podatki pa so prikazani po želji posameznika. Samopredstavitev je po Uletovi (2009) način, kako avtor sporočila predstavi samega sebe drugim udeležencem v komunikaciji, medtem ko je po Goffmanu (1959) samopredstavitev namerna in predstavlja oprijemljiv element posameznikove identitete. Naša samopredstavitev na spletnem socialnem omrežju je odvisna od namena uporabe. Lahko je pozitivna ali iskrena, saj nam je omogočeno pripravljavanje in popravljanje vsebine po lastnih željah. Posameznika po Deciju in Ryanu (2000, 2015) lahko vodi notranja motivacija. V tem primeru obstaja želja po ohranitvi stika z drugimi ljudmi, ki jih poznamo ali pa jih želimo spoznati, želja po tem, da pokažemo drugim, kaj radi počnemo v prostem času, izražanje mnenja in podobno. Posameznik omenjene stvari naredi iz užitka in ne zaradi kakršnih koli pritiskov ali pričakovanj. Zunanje motivirani posamezniki se samopredstavljajo v skladu s pričakovanji drugih in za uspešno samopredstavitev pričakujejo nagrado ali izogib kazni. Omenjeni posamezniki ciljajo na veliko všečkov, na doseg drugih uporabnikov, ki so lahko njihovi potencialni delodajalci ali kupci.

V diplomskem delu preučujem, ali notranja in zunanja motivacija vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnem socialnem omrežju Reddit. Empirični del diplomskega dela je

sestavljeno iz kvantitativnega in kvalitativnega dela. Kvantitativni del predstavlja anketa, ki je bila objavljena v večjih subredditih, kvalitativni del pa predstavlja pet polstrukturiranih intervjujev izvedenih prav tako z registriranimi uporabniki Reddita. Anketa je usmerjena na intrinzično oziroma notranjo motivacijo in ekstrinzično oziroma zunanjo motivacijo, medtem ko so intervjuji bolj podrobno usmerjeni na ekstrinzično motivacijo, saj je bila z analizo kvantitativnega dela hipoteza o omenjeni motivaciji zavrnjena.

Diplomsko delo je razdeljeno na štiri poglavja. Prvo predstavlja uvod, sledijo teoretični in empirični del ter zaključek. V teoretičnem delu je v prvem podpoglavju predstavljena motivacija, znotraj katere sta podrobneje opisani intrinzična oziroma notranja motivacija in ekstrinzična oziroma zunanja motivacija. Sledi podpoglavje, kjer so predstavljena spletna socialna omrežja, med njimi je podrobneje opisan forum Reddit. Tretje podpoglavje predstavlja samopredstavitev, kjer si ogledamo, kje in zakaj se ljudje predstavljajo iskreno oziroma neiskreno in kako motivacija vpliva na samopredstavitev. Drugo poglavje je namenjeno empiričnemu delu, katerega podpoglavja zajemata kvantitativni in kvalitativni del. V zadnjem poglavju so povzeti zaključki in ugotovitve celotne naloge.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Motivacija

»Biti motiviran pomeni imeti motivacijo za nekaj narediti. Tako je motiviran posameznik, ki ima energijo in se pomika proti želenemu cilju« (Ryan in Deci, 2000a, str. 54). Motivacijska ravnanja so povzročena s potrebo in so usmerjena k zadovoljevanju posameznikovih potreb, ni pa nujno, da se le-teh zaveda. Motivacijo lahko razlikujemo na različne načine, saj ljudje nismo le količinsko različno motivirani, temveč smo motivirani tudi na različne načine.

Slika 2.1: Vrste motivacije



Vir: Ryan in Deci (2000a, str. 61)

Deci in Ryan (2000a) opišeta vmesne stopnje motivacije, vidne na sliki 2.1, ki jih na grobo razdelita v »amotivacijo, ekstrinzično motivacijo in intrinzično motivacijo« (Ryan in Deci, 2000a, str. 61). »Amotivacija je stanje pomanjkanja namere za ukrepanje« (Ryan in Deci, 2000b, str. 72). Amotiviran posameznik se ne čuti povezanega z izpolnjevanjem zastavljene naloge, saj v tem ne vidi smisla. Do amotivacije pride, ko se posameznik počuti nekompetentnega, dejavnosti ne ceni ali pa ne verjame, da je želeni rezultat lahko dosežen. V nadaljevanju ekstrinzično motivacijo razdelita na »zunanjo regulacijo, introjekcijo, identifikacijo in integracijo« (Ryan in Deci, 2000a, str. 61). Kot zadnja, najbolj avtonomna pa

je intrinzična motivacija, ki se nanaša na opravljanje dejavnosti zaradi zanimanja, uživanja in zadovoljstva.

V nadaljevanju opisujem intrinzično oziroma notranjo motivacijo in ekstrinzično oziroma zunanjo motivacijo, ki ju avtorja Deci in Ryan (2015) v teoriji samodoločanja (ang. Self-determination theory) navajata kot dva pristopa motivacijskih teorij. Omenjeni motivaciji sta pobudnika, ki posameznika vodita do tega, da zadovolji potrebo, ki jo ima.

2.1.1 Intrinzična motivacija

Intrinzična motivacija je po Deciju (1971) kazalnik pozitivnega potenciala človekove narave – ljudje iščejo novosti, veselje in izzive, da razširijo in izboljšajo svoje zmogljivosti, raziskujejo ter se učijo. Intrinzično motivirani posamezniki »se ukvarjajo z aktivnostjo zaradi lastnega zadovoljstva in ne zaradi posledic, ki jih le-ta prinese« (Ryan in Deci, 2000a, str. 65). Bauer in McAdams pa o intrinzični motivaciji pravita, da »vodi posameznike k razvoju svoje notranje moči in krepkosti« (Bauer in McAdams, 2008, str. 89). Intrinzična motivacija obstaja znotraj vsakega posameznika, prav tako pa jo opazimo v odnosu med posamezniki in dejavnostmi. Posamezniki so intrinzično motivirani za določene dejavnosti, medtem ko za druge niso, prav tako pa niso vsi enako količinsko motivirani za enako dejavnost.

»Poznamo dve vrsti intrinzične motivacije: užitek, ki je usmerjen na posameznika in obveznosti do skupnosti, ki so usmerjene na druge« (Nov, Naaman in Ye, 2009, str. 556). Csikszentmihalyi in Rathunde (1993) pravita, da konstrukt intrinzične motivacije opisuje njeno delovanje v smeri asimilacije, obvladovanja, spontanega zanimanja in raziskovanja, ki so bistvenega pomena za kognitivni in socialni razvoj, ter predstavljajo glavni vir užitka in vitalnosti skozi celotno življenje posameznika. Nekateri avtorji jo torej definirajo kot početje nečesa zaradi »zanimanja, drugi pa kot početje nečesa zaradi zadovoljstva« (Ryan in Deci, 2000a, str. 56).

Vsakemu od nas so z rojstvom pridobljene osnovne fiziološke potrebe, kot so potreba po hrani, vodi, kisiku ipd. A ljudje nimamo le fizioloških potreb, temveč tudi psihološke. Deci in Ryan (2000) navedeta, da intrinzično motivacijo sestavljajo tri temeljne psihološke potrebe – kompetentnost, avtonomnost in povezanost.

»Čeprav je intrinzična motivacija pomemben tip motivacije, večina aktivnosti, ki jih ljudje počnemo, niso posledica omenjene motivacije« (Ryan in Deci, 2000a, str. 60). Najbolj pristno intrinzično motivacijo opazimo pri majhnih otrocih, ki preprosto delajo, kar jim je v danem trenutku zanimivo, skozi proces pa se učijo in rastejo. Z leti pri ljudeh začne prevladovati

ekstrinzična oziroma zunanja motivacija, del intrinzične motivacije opazimo le še pri nekaterih prostočasnih dejavnostih, del pa jo preraste v ekstrinzično motivacijo. Oprijemljive nagrade pri ekstrinzični motivaciji spodkopljejo intrinzično motivacijo. Niso pa le oprijemljive nagrade vzrok za spodkopavanje intrinzične motivacije, temveč so tudi »grožnje, roki, direktive, pritiski ocen ter zastavljeni cilji. V nasprotju s tem pa so bili izbira, priznanje čustev in priložnosti za sledenje svojim ciljem spoznani kot spodbujevalci intrinzične motivacije, saj le-ti omogočajo ljudem večji občutek samostojnosti« (Ryan in drugi, 2000b, str. 69).

Fant ali dekle se na spletnem socialnem omrežju predstavljata iz užitka, ostalim prisotnim na omrežju pokažeta, kaj se jima dogaja v življenju do mere, ki je v coni njunega udobja. Vodi ju intrinzična motivacija, a kaj se zgodi z intrinzično motivacijo, ko za samopredstavljanje prejmeta plačilo?

Deci (1971) govori o vplivu nagrade, ki jo ponudimo intrinzično motiviranim posameznikom, za dejavnost, s katero se ukvarjajo iz veselja oziroma zanimanja. V raziskavi, ki so jo izvedli, je eksperimentalna skupina v drugem krogu dobila nagrado za dejavnost, ki jo je opravljala iz veselja, medtem ko kontrolna skupina ni prejela nagrade. Ugotovili so, da se je intrinzična motivacija posameznikov zmanjšala v primeru, ko je nagrado predstavljal denar. S pozitivnim odzivom na opravljanje naloge pa se je notranja motivacija povišala. Zaželeno bi bilo, da bi nagrada za aktivnost, s katero se posameznik ukvarja iz veselja, povečala intrinzično motivacijo za opravljanje naloge, vendar žal ni tako.

Z intrinzično motivacijo označujemo posameznikovo lastno potrebo po samopredstavitvi, torej se le ta samopredstavi zaradi lastnega zadovoljstva. Po Deciju (1971) je intrinzična motivacija kazalnik pozitivnega potenciala človekove narave – ljudje iščejo novosti in izzive, da razširijo in izboljšajo svoje zmogljivosti, raziskujejo ter se učijo. Torej je notranje motivirana potreba po samopredstavitvi želja posameznika po zadovoljitvi lastnih potreb, vrednot in ciljev (na primer, pomemben cilj posameznika pri samopredstavitvi je, da se iskreno samopredstavi, saj v komunikaciji iz oči v oči velikokrat nima te možnosti). Deci, Vallerand, Pelletier in Ryan (1991) pojmujejo notranje dejavnike kot intrinzično motivacijo, pri kateri posameznike vodijo do izpopolnjevanja lastne koristi, veselja ter zadovoljstva in so pri tem popolnoma svobodni.

Vsaka motivacija ima za sabo določene motive, ki jo vodijo. Po Deciju in Ryanu sta »motiva notranje ali avtonomne motivacije samospoštovanje in samouresničevanje« (Deci in Ryan 2015, str. 488). Po mnenju Maslowa (1943) imajo posamezniki v družbi potrebo oziroma željo po stabilnem, pozitivnem vrednotenju samih sebe predvsem pa po samospoštovanju in

spoštovanju s strani drugih. Želje po slovesu, ugledu in prestižu definiramo kot spoštovanje ali cenjenje s strani drugih, potrebo po statusu, oblasti, priznanju, pozornosti in po pomembnosti. Zadovoljena potreba po samospoštovanju nam da občutek samozaupanja, v primeru, da potreba ni zadovoljena, pa se pojavi občutek manjvrednosti. Torej ima tudi vsak posameznik potrebo po »ohranitvi ali dvigu samospoštovanja« (Mehdizadeh, 2010, str. 358). Če povzamemo, je pričakovano, da bodo posamezniki stremeli k iskreni samopredstavitvi v spletnih socialnih omrežjih kot tudi v socialnem življenju. Pri samouresničevanju gre za udejanjanje posameznikovih lastnih potreb in potencialov oziroma maksimalno življenjsko realizacijo. Po Maslowu (1943) je samouresničitev možna, ko so zadovoljene vse druge potrebe v hierarhiji potreb, vendar je ne zmore doseči vsak. Po Rogersu (1961) pa je samouresničitev kontinuiran proces samoraziskovanja in razvoja kot človekova potreba, ki se realizira v vsakdanjem življenju na različne načine, z delom, hobiji, interesi. Samouresničevanje je motiv intrinzične motivacije in kaže na to, da posamezniki uresničujejo svoje potrebe v vsakdanjem življenju na različne načine. Torej samouresničevanje vpliva na iskreno samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih. Posledično lahko predvidimo, da se intrinzično oziroma notranje motivirani posamezniki iskreno samopredstavljajo v spletnih socialnih omrežjih.

2.1.2 Ekstrinzična motivacija

Čeprav je intrinzična motivacija pomembna vrsta motivacije, večina dejavnosti ni posledica omenjene motivacije, temveč ekstrinzične. Prelom se zgodi po zgodnjem otroštvu, saj intrinzično motivacijo omejujejo družbene vloge in zahteve. Z vstopom v šolo in napredovanji v višje razrede, intrinzična motivacija postaja vedno šibkejša.

»O ekstrinzični motivaciji govorimo, ko za aktivnostjo, ki jo posameznik opravlja stoji določen cilj« (Ryan in Deci, 2000a, str. 60) ali nagrada, ki se lahko kaže kot družbeni status, podpora, denar ... Nagrade so torej del psihološke motivacije. Skinner (1953) pravi, da so »vsa posameznikova obnašanja motivirana z nagradami (hrana, denar). Za obnašanja, ki so posledica intrinzične motivacije, pa pravi, da so nagrada sama po sebi« (Rayn in Deci, 2000a, str. 57). Posamezniki se torej ne predstavljajo vedno zaradi potrebe po tem, da bi se samopredstavili, temveč je samopredstavitve le pot do cilja, ki jo imajo. Cilji pri samopredstavitvi na spletnih socialnih omrežjih pa so različni, od števila prijateljev, ki jih ima posameznik, všečkov, ki jih prejme ob objavi fotografije, videoposnetka, komentarja ipd. Torej gre za vplive oziroma zunanje procese, pa naj bodo to osebe ali situacije, ki posameznike spodbujajo k nadaljnji samopredstavitvi. »Čeprav motiv prihaja iz okolja ali pričakovanja vrednot drugih in le-tega

ponotranjimo, ga še vedno ne označujemo kot notranji motiv, pa čeprav ga čez čas vzamemo za svojega« (Deci in drugi, 1991, str. 231). Intrinzična in ekstrinzična motivacija se v realnosti lahko prepletata, v nekaterih primerih težko določimo za katero od motivacij gre. Posameznik ima na spletnih socialnih omrežjih lahko veliko všečkov pri objavljeni fotografiji, a to še ne pomeni, da je bil za to zunanje motiviran. Lahko se le iskreno samopredstavlja. Seveda obstaja preplet tudi iz druge strani, in sicer posameznik je lahko zunanje motiviran s strani nekoga drugega pa naj bo to oseba ali podjetje/organizacija pri tem pa mu pomagajo notranje usmerjeni cilji.

Motiva ekstrinzične ali nadzorovane motivacije sta javno zavedanje samega sebe in posameznikovo obnašanje tipa A (ang. type A coronary-prone behavior pattern)« (Deci in Ryan, 2015, str. 488). Po Learyju (2000) je samozavedanje osebna lastnost, povezana z usmerjanjem pozornosti k sebi in razmišljanju o lastnih čustvih, mislih, željah in motivih. Fenigstein, Scheier in Buss (1975) ločijo samozavedanje na zasebno ter javno. Gre za razliko med razmišljanjem o zasebnih – notranjih vidikih jaza (čustvih, motivih) in pa razmišljanje o javnih – zunanjih vidikih jaza (vedenje, izgled). Javno samozavedanje je torej povezano s skrbjo za zunanji videz. Večina posameznikov je v življenju zaskrbljenih s tem, kako izgledajo in kako se obnašajo v javnosti, saj je od teh dveh dejavnikov odvisno, kako so sprejeti med drugimi ljudmi. Prav tako so ljudje s svojo samopredstavitvijo zaskrbljeni na spletnih socialnih omrežjih. Posameznike, ki jih vodi motiv samozavedanja, torej skrb za videz in vedenje, vodi ekstrinzična motivacija. Ko skrbimo za izgled, izbiramo, kako se bomo predstavili drugim, izberemo sliko, ki jo bomo objavili, misli, ki jih bomo delili z drugimi. V tem primeru je samopredstavitev skrbno preiščena in prilagojena. Iz tega lahko sklepamo, da se posamezniki, ki jih vodi ekstrinzična motivacija, ne predstavljajo iskreno. Brand, Rosenman, Sholtz in Friedman (1976) o posameznikih z obnašanjem tipa A pravijo, da so zelo tekmovalni in samokritični. Strmijo proti ciljem brez občutka za veselje pri njihovem prizadevanju za dosego ciljev. Ko nas k nekemu cilju ne vodi veselje, izbrane dejavnosti ne opravljamo, ker bi nas vodili intrinzični motivi. Proti cilju strmijo ekstrinzično motivirani posamezniki, ki jim je važen samo cilj, dejavnost ki jo opravljajo pa je le pot do njega. Ciljev pri predstavitvi v spletnih socialnih omrežjih je več; lahko je to število prijateljev, ki jih imamo, ali posameznikov, ki nam sledijo, lahko je število všečkov za sliko, ki jo objavimo, ali misel, prepričanje, ki ga delimo z drugimi uporabniki. To so torej cilji posameznikov, katerih motiv je obnašanje tipa A. Za dosego ciljev se moramo potruditi, izbrati katero sliko bomo objavili, kako na njej izgledamo, kaj bo drugim všeč. Prav tako moramo razmisliti o tem, kaj želimo povedati z mislijo ali

prepričanjem, predvsem o tem s čim se bodo strinjali drugi. Svojo pot do cilja posamezniki prilagajajo, torej le-ta ni iskrena.

Znotraj teorije samodoločanja (SDT) obstaja podteorija organske integracije (ang. Organismic Integration Theory), ki podrobno opiše različne oblike ekstrinzične motivacije. Na sliki 2.1 so prikazane vrste motivacije od najmanj do najbolj avtonomne od leve proti desni. Najmanj avtonomna in najbolj nadzorovana je popolnoma zunanja motivacija in je »čisto nasprotje intrinzični motivaciji. Posameznikova dejanja in vedenja so nadzorovana in odtujena temu, kar bi sam želel« (Ryan in Deci, 2000a, str. 61), dejanja niso ponotranjena. Posameznik opravi nalogo zaradi nagrade oziroma kazni, ki bi ga doletela, če naloge ne bi opravil. Na spletnih socialnih omrežjih se posameznik predstavlja, kot je pričakovano od njega. Za introjecirano zunanjo motivacijo je značilno, da posameznik regulacijo sprejme do določene mere, vendar je ne sprejme v celoti za svojo. Omenjena motivacija je prav tako nadzorovana. »Ljudje delajo stvari zaradi pritiska in posledično, da bi se izognili krivdi in anksioznosti, ter da bi ohranili samopodobo« (Ryan in Deci, 2000a, str. 62). Posameznik se predstavi na določenem spletnem socialnem omrežju ali objavi določeno vsebino, ker bi se počutil krivega če tega ne bi storil. Malo bolj avtonomna oblika ekstrinzične motivacije je regulacija skozi identifikacijo. Identifikacija se odraža skozi zavestno vrednotenje vedenjskih ciljev ali predpisov, dejavnosti so sprejete kot osebno pomembne. »Posameznik se zaveda kaj mu je pomembno, torej je avtonomen pri prepoznavanju in uravnavanju teh dejavnikov« (Ryan in Deci, 2000a, str. 62). Primer identificirane zunanje motivacije povezan s samopredstavitvijo bi bil torej, v spletnih socialnih omrežjih se bom iskreno samopredstavil, ker tako lahko spoznam ljudi podobne sebi. Najbolj avtonomna oblika ekstrinzične motivacije pa se imenuje integrirana regulacija. Do tega pride ko pravila v celoti ustrezajo osebi, kar pomeni, da se usklajujejo s posameznikovimi vrednotami in potrebami. V integrirani zunanji motivaciji »posameznik ponotranji zunanjo motivacijo in s tem meji na notranjo motivacijo, a to ni, saj je posameznik še vedno visoko motiviran z zunanjimi dejavniki, le zaveda se jih ne« (Ryan in Deci, 2000a, str. 62). Namen je še vedno ločen rezultat in ne lastno uživanje. Primer integrirane zunanje motivacije, povezan s samopredstavitvijo, bi bil: samopredstavljam se iskreno, ker mi je iskrenost resnično pomembna.

2.2 Spletna socialna omrežja

S prihodom spleta so se začela pojavljati spletna socialna omrežja, ki so v današnji družbi prepojila vsakdanje življenje ljudi z neverjetno hitrostjo z namenom, da postane pomembna socialna platforma v računalniškem posredovanju komunikacij (Correa, Hinsley in de Zuniga, 2010). Blogi, forumi, nenehna dosegljivost, podcasti, spletni fotoalbumi in podobno so preplavili internet. V današnjih časih so vsi ti mediji združeni v spletna socialna omrežja. Spletna socialna omrežja definiramo kot spletne storitve, ki posameznikom omogočajo »oblikovanje javnega ali poljavnega profila, kreiranje seznamov med seboj povezanih uporabnikov, ter ogled in deljenje povezav, kreiranih v sistemu. Narava in značilnost povezav se lahko razlikujeta od enega do drugega spletnega socialnega omrežja« (Boyd in Ellison, 2008, str. 211). Zgodnje oblike spletnih skupnosti, kot so forumi za javno razpravo, »so bili strukturirani po tematikah, spletna socialna omrežja pa so strukturirana kot osebna oziroma egocentrična omrežja, pri čemer je posameznik v središču svoje skupnosti« (Boyd in Ellison, 2008, str. 219).

Spletna socialna omrežja, kot so YouTube, Instagram, Facebook in Twitter, veljajo za uspešne primere posredovanja komunikacij in so »v nasprotju s tradicionalnimi mediji, ki jih predstavljajo radio, film in televizija, inovativni saj omogočajo izmenjavo informacij in socialno interakcijo« (Pempek, Yermolayeva in Calvert, 2009, str. 229). Spletna socialna omrežja omogočajo uporabnikom »povezovanje z drugimi, medsebojno zadovoljstvo in možnost spoznavanja različnih kultur« (Croucher, 2011, str. 261). Za razliko od tradicionalnih medijev podpirajo komunikacijo med množicami, pri katerih informacije kreirajo uporabniki, hkrati pa so le-ti tudi prejemniki. Namesto da bi uporabniki spremljali vsebine, ustvarjene za množice, postanejo ustvarjalci lastne vsebine in s tem »zvezde svoje lastne produkcije« (Pempek in drugi, 2009, str. 234). V spletnih socialnih omrežjih, ki so mišljeni kot virtualni prostori, se posamezniki prav tako kot v realnem svetu zbirajo v skupinah z namenom, da si med seboj »izmenjujejo informacije, se učijo, igrajo ali pa so preprosto drug z drugim« (Kraut in Resnick, 2011, str. 1). Spletna socialna omrežja so različna, od strani s tesno povezanimi skupinami do strani z milijoni uporabnikov. Skupna lastnost vseh pa je »stalna interakcija med ljudmi skozi čas« (Kraut in Resnick, 2011, str. 1). S spletnimi socialnimi omrežji »čas, prostor in komunikacija niso več problem« (Kraut in Resnick, 2011, str. 2). Posamezniki s podobnimi boleznimi lahko sočustvujejo, se bodrijo in si stojijo ob strani, ne glede na čas in prav tako, ne glede na razdaljo med njimi. Kar jim prav zaradi dosegljivosti prinaša veliko več zadovoljstva kot tedenska ali mesečna srečanja s sebi podobnimi. A čeprav komunikacija s sebi podobnimi

ni več problem, lahko opazimo, da je manj bogata in bolj omejena v primerjavi s fizičnim sogovornikom. Uporabo socialnih omrežij motivirata dve osnovni potrebi. Prva je potreba po pripadnosti, druga pa potreba po samopredstavitvi (Nadkarni in Hofmann, 2012). Samopredstavitev, ki je predstavnica ene od potreb, je opredeljena kot del komunikacije, s katero ljudje želijo sporočiti drugim, kdo so. Ellison, Heino in Gibbs (2006) so mnenja, da uporaba spletnih socialnih omrežij postavlja posameznike pred nove izzive pri samopredstavitvi.

2.2.1 Spletno socialno omrežje Reddit

Leta 2005 sta v Menfordu Steve Hoffman in Alexis Ohanian ustanovila družbeno in novičarsko spletno socialno omrežje Reddit. Ime spletnega mesta je igra besed »prebral sem« (ang. I read it). Reddit je dom tisočeri skupnosti, neskončnih pogovorov in pristnih človeških povezav. Na voljo je vsem, ne glede na to, ali posameznika zanimajo novice, šport, teorije TV oboževalcev ali neskončno objavljane najbolj simpatičnih živali na internetu ("The conversation starts here", b. d.).

Spletno socialno omrežje Reddit deluje na principu foruma, kjer vsebino kreirajo in promovirajo uporabniki s pomočjo glasovanja. Sestavlja ga več subredditov, vsak s svojo specifično tematiko, kot so tehnologija, politika, glasba, živali ipd. Gre za nenehno objavljane posodobljenih novic, zabavnih zgodb, slik in videoposnetkov. Objavljene povezave vodijo predvsem na druge spletne strani, le-te pa lahko uporabniki komentirajo ali ocenijo pozitivno (angl. upvote) ali negativno (angl. downvote). Vsebina, ki ima v danem trenutku največ pozitivnih ocen, se povzpne na prednjo stran oziroma naslovnico; tako jo uporabniki vidijo kot prvo, najpomembnejšo po mnenju večine. Uporabniki imajo možnost komentiranja objave in posledično ocenjevanje komentarja. Ocena komentarja vpliva na to, katero mesto bo zasedel komentar v določeni tematiki. Tisti, ki prejme največje število glasov, se nahaja na vrhu razdelka komentarjev kot najboljši komentar ("Reddit", b. d.).

Ob prihodu na naslovno stran opazimo seznam približno petdesetih objav, ki se nanašajo na glasbo, videe, novice, GIF-e ipd. V primeru, da naslovno stran obišče prijavljeni uporabnik, pa vidi objave subredditov, na katere je naročen, vsebina je bolj personalizirana. Registrirani uporabniki lahko komentirajo objave, komentarji so poleg zasebnih sporočil glavni način komuniciranja uporabnikov med seboj. Registracija je brezplačna, za uporabo pa je treba znati uporabljati le osnove spleta. V primeru, da se uporabnik odloči za plačljivo verzijo, mu je dana

možnost nadgradnje na Reddit Gold, kjer lahko izklopi oglase na stranski vrstici in dostopa do skupnosti, ki so vidne le njim.

2.3 Samopredstavitev

Samopredstavitev »je način, kako avtor sporočila predstavlja samega sebe, kakšno podobo o sebi hoče predstaviti udeležencem komunikacije ali javnosti« (Ule, 2009, str. 278). Po Goffmanu (1959) pa je samopredstavitev teorija identitet in socialno nastopanje. Po njegovi teoriji je samopredstavitev namerna in predstavlja oprijemljiv element posameznikove identitete. Samopredstavitev se nanaša na proces, s katerim posamezniki nadzorujejo vtis, ki ga naredijo na druge. Socialni akterji sodelujejo pri zapletenih pogajanjih s seboj, da bi naredili vtis, kot si ga želijo. Želeni vtis se ohranja skozi dosledno nastopanje in skladno obnašanje (Schlenker, 1975). V življenju se predstavljamo vsakodnevno, ljudem, ki jih že poznamo, in ljudem, ki jih spoznavamo. Ko se predstavljamo slednjim, le-ti iščejo informacije o našem ekonomskem položaju, o naši predstavi samega sebe, o odnosu, ki ga imamo do njih, o naših sposobnostih, zanesljivosti ipd.

Značilnosti posameznika se po Goffmanu izražajo v dveh različnih uporabah znakov. Prvo izražanje »daje« drugo pa »oddaja« (Goffman, 1959, str. 13). Uletova pravim, da je »samopredstavljanje ali tudi upravljanje z vtisi o sebi proces vplivanja na vtise, ki jih imajo drugi o nas« (Ule, 2000, str. 235). Ob vstopu v interakcijo z drugimi ljudmi se posameznik obnaša glede na situacijo, v kateri se je znašel. Včasih je to zelo preračunljivo, predvsem zato, da bi z narejenim vtisom dosegel želeno posledico. Omenjen način samopredstavljanja se po Uletovi imenuje strateško samopredstavljanje (Ule, 2005, str. 213–214). Torej bi lahko govorili, da ga vodi ekstrinzična motivacija, katere samopredstavitev novim posameznikom je le pot do zelenega cilja. Posameznikovo preračunljivo izražanje ni nujno zavedno. Lahko pa se tega zaveda in to počne namerno, a ne zaradi posledic, ki jih to prinese, temveč zato, ker mu tako narekujeja tradicija ali družbeni status skupine, v kateri se je znašel.

Med posameznikovo samopredstavitvijo lahko pride do nepredvidljivih dogodkov, ki negativno vplivajo na njegovo samopredstavitev. Posameznik lahko odvrže masko, ki jo je imel na začetku, nasprotuje svojim izjavam; tako sogovornik posledično podvomi v njegovo pristnost, posledica tega pa je lahko prekinitev interakcije. Interakcijo Goffman definira kot »vsakršno sodelovanje. Ko so določeni posamezniki vzajemno prisotni, le-to poimenuje srečanje. Z igro

pa označuje posameznikovo aktivnost, v situacijah, ko posameznik želi vplivati na druge« (Goffman, 1959, str. 24).

Collins in Miller (1994) namesto samopredstavitve uporabljata izraz »samorazkritje, ki predstavlja razkrivanje osebnostnih informacij. Je tako vzrok kot tudi posledica medosebne privlačnosti. Ljudje nimajo raje le posameznikov, o katerih vedo več, temveč tudi tiste, katerim lahko razkrijejo več o sebi« (Collins in Miller, 1994, str. 455).

Pri samopredstavljanju zasledimo govor o treh vrstah jaza – »aktualnemu, idealiziranemu in pričakovanemu« (Ellison, Heino in Gibbs, 2006, str. 418). Aktualni jaz je trenutni jaz, kakršni smo v danem trenutku. Idealiziran jaz se samopredstavlja, tako kot bi si posameznik želel. Pričakovani jaz pa se samopredstavlja kot nekdo, kar od njega pričakuje družba in on sam.

Samopredstavitev delimo glede na publiko, na »javno in zasebno. Posamezniki se javnosti predstavljajo na ljubši način, kot v zasebnih situacijah, ko so občinstvo sami sebi« (Paulhus in Trapnell, 2007, str. 493). Samopredstavitev je odvisna od »osebnosti, zahtev, motivacije in od zelene slike sebe, ki jo želijo prikazati drugim« (Paulhus in Trapnell, 2007, str. 493).

Mckenna (2009) pa deli samopredstavitev na zavedno in samodejno. »Zavedna ali nadzorovana nastane iz posameznikovih namenov, se jih zaveda in s tem zahteva pozornost, v katero vloži trud. Samodejna ni namerna, posameznik se ne zaveda vpliva in ne zahteva pozornosti« (Mckenna, 2009, str. 206). Za zavedno ali nadzorovano samopredstavitvijo stojijo ekstrinzični motivi, za samodejno pa intrinzični, saj se posameznik predstavlja spontano, kakršen je, saj je samopredstavitev sama po sebi cilj.

Spletna socialna omrežja nam omogočajo, da se predstavljamo, kakor se želimo, saj vsebino lahko pripravljamo in popravljamo po svojih željah. Proces pripravljanja in popravljanja vsebine o sebi, kakršnega se želimo predstaviti, vsebuje odločitve o informacijah, ki jih želimo vključiti ali izključiti, ter ali se bomo drugim predstavili v pozitivni luči ali iskreno (McLaughlin, Vitak in Crouse, 2011). Dostopnost do interneta na vsakem koraku pomeni, da je samopredstavljanje prek spleta za večino posameznikov postala vsakodnevna dejavnost. Walther (1996) pravi, da značilnosti, kot sta asinchronost in manj komunikacije, posamezniku omogočata optimizirano samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju. Samopredstavljanje posameznika v spletnih socialnih omrežjih, je odvisno od njegovih želj, posledično je lahko le-to pozitivno ali iskreno. Ko je odločitev o tem, kako se bo predstavil na spletu, sprejeta, »uporabi strategije, ki vplivajo na všečnost in spoštovanje s strani drugih

uporabnikov« (Bojmel, Moran in Shahar, 2016, str. 788). »Če si torej uporabniki želijo bolj intimnih odnosov, si želijo čutiti razumevanje in odobravanje, se bodo tako odločili za iskreno samopredstavitev« (Ellison in drugi, 2006). V omenjenem primeru bi bilo skrivanje resnice brezpredmetno. Ko je prisotna želja po prejetju nagrade zaradi uspešnega samopredstavljanja, pa se posameznik predstavi pozitivno, saj njegov namen ni samopredstavitev sama po sebi temveč so pričakovane zunanje nagrade za opravljeno delo.

V literaturi o upravljanju vtisa in o samopredstavitvi na spletnih zmenkih sta predstavljeni dve vrsti samopredstavitev, in sicer pozitivno in iskreno. Iskrena samopredstavitev »posredno pomembno vpliva na subjektivno dobro počutje skozi zaznano socialno podporo« (Kim in Lee, 2010, str. 359). Prav tako »poveča posameznikovo srečo, ki je zakoreninjena v socialni podpori, le-ta pa je pridobljena s prijatelji« (Kim in Lee, 2010, str. 359) iz spletnih socialnih omrežij. Iskreno se samopredstavljajo posamezniki, ki želijo imeti dolgoročen odnos s prijatelji na virtualnih omrežjih, torej brez selektivno izbranih fotografij, ki jih postavijo v ospredje (Gibbs in drugi, 2006, v Kim in Lee, 2010). Najbolj iskreno pa se na spletnih socialnih omrežjih samopredstavljajo introvertirani in družbeno anksiozni posamezniki; običajno razkrijejo vidike sebe, ki jih v realni družbi ne pokažejo (McKenna, 2009).

Med samopredstavitvijo v neposrednem komuniciranju iz oči v oči in samopredstavitvijo na spletu, ko ljudje odvržejo vsakodnevne lastnosti, po Wynn in Katz (1997) obstajajo definirane razlike. Na spletnih socialnih omrežjih se vsak posameznik lahko predstavlja, kakor si želi. Morda v realnem svetu le-to prekriva ali pa enostavno ne dobi možnosti, da bi se pokazal v takšni luči, kot bi si želel. Mnogi avtorji trdijo, da posamezniki na spletnih socialnih omrežjih izražajo potlačeni del samega sebe, javnosti neznan aspekt svoje prave osebnosti. Torej ljudje, ki so v resničnem življenju tihi in sramežljivi, v virtualnem svetu pokažejo svojo agresivno ali jezno identiteto.

Posamezniki se vključujejo v spletna socialna omrežja, saj imajo potrebo po samopredstavitvi, hkrati pa spoznajo druge ljudi, ki se na njih predstavljajo. Vsekakor lažje sklenemo novo prijateljstvo, ko se imamo možnost samorazkriti in se hkrati učiti od drugih, oziroma jih spoznavati. Samorazkrivamo se z različnimi osebnimi informacijami, kot so slike, glasba, izkušnje, zanimanja ipd. Walther (2001) je mnenja, da ravno osebne informacije, kot na primer slike, spodbujajo medosebne odnose med ljudmi, ki še niso komunicirali eden z drugim.

Castells (1996) trdi, da posamezniki svojo identiteto prikazujejo okrog tega, kar so ali mislijo, da so, in ne okrog tega, kar delajo. Posamezniki se torej predstavljajo na različne načine skozi

maskiranje ali demaskiranje svoje identitete. V primeru samopredstavitve na spletnih socialnih omrežjih torej »ekran deluje kot maska na karnevalu« (Kitchin, 1998, str. 14).

2.3.1 Iskrena samopredstavitev

Posamezniki pri samopredstavitvi uporabljajo različne strategije, le-te pa se razlikujejo glede na tip spletnega socialnega omrežja, od spletnih strani za zmenke, bloge, forume, igre in tako naprej. Ellison (2006) v kontekstu spletnih zmenkov ugotovi, da se posamezniki, katerih dolgoročni cilj je vzpostaviti komunikacijo iz oči v oči, samopredstavijo bolj iskreno. Predstavitev je realistična, vključuje tako pozitivne kot negativne lastnosti, saj se zavedajo, da bodo omenjene lastnosti prišle prej ali slej na dan v komunikaciji iz oči v oči. Torej se posamezniki v spletnih zmenkih v večini primerov samopredstavljajo iskreno. A kljub vsemu želijo nekateri malce popraviti vtis na potencialnega partnerja. Lance (1998) ugotovi, da moški in ženske pri iskanju partnerja opazujemo druge stvari. In sicer moški iščejo »mlajšo in fizično atraktivna partnerico, medtem ko ženske iščejo partnerja z dobrim socialnim statusom, pozorne so predvsem na izobrazbo in kariero«. Torej morajo ženske na straneh s spletnimi zmenki lagati o starosti in fizičnem izgledu, moški pa o socialnem statusu. Hancock v svoji raziskavi ugotovi, da se pri spletnih zmenkih »moški predstavljajo malo višje, ter ženske malo ožje kot v resnici so« (Hancock, Toma in Ellison, 2007, str. 445). Torej ženske morda niso iskrene, ko gre za fizični izgled, moški pa večkrat niso iskreni o svoji višini, saj ženske omenjene lastnosti pogosto povezujejo z močjo, varnostjo in statusom. Uporabniki spletnih strani za zmenke torej iščejo ravnotežje med privlačnostjo in iskrenostjo. Iskani partner je v navedenem primeru cilj, do katerega uporabnik pride s spletnim socialnim omrežjem, ki je namenjen zmenkom, le-ta pa predstavlja pot do zelenega cilja. V ozadju uporabnika je torej ekstrinzična motivacija, posledično se uporabniki ne predstavljajo povsem iskreno, hkrati pa tudi ne povsem neiskreno saj bi bila popolnoma lažna predstavitev v omenjenem primeru brezpredmetna.

Pri blogih pa se posamezniki večinoma identificirajo z imenom, kontaktnimi podatki, starostjo ali lokacijo. Blogi vsebujejo uporabnikovo »osebnost, strast in pogled na določene stvari« (Nardi, Schiano, Gumbrecht in Swartz, 2004, str. 42). Nardi in drugi (2004) v svojem članku navedejo pet motivov, zakaj posamezniki pišejo bloge, in sicer »za dokumentiranje življenja, komentiranje in izražanje svojega mnenja, izkazovanje globokih čustev, govorjenje o idejah skozi pisanje ter za oblikovanje in ohranjanje družbenih forumov« (Nardi in drugi, 2004, str. 43). Posamezniki torej pišejo bloge o stvareh, ki jih zanimajo, jih počnejo ali pa z blogom javno izrazijo svoje mnenje o določeni stvari. Na blogih se torej posamezniki predstavljajo iskreno.

To naj nas ne bi presenečalo, saj »bloge pogosto obiskujejo prijatelji ter družina uporabnika, torej se la-ta iskreno samopredstavlja« (Schiano, Nardi, Gumbrecht in Swartz, 2004, str. 1145). Uporabniki blogov v pisanju in kreiranju vsebine na le-teh uživajo, torej jih vodi intrinzična motivacija.

Bruckman (1993) pravi, da do neiskrene samopredstavitve pogosto prihaja v igrah, kjer se moški igralci pogosto pretvarjajo, da so ženske, saj na ta način pridobijo več pozornosti s strani drugih igralcev. Igralci pa se ne predstavljajo neiskreno le, ko gre za spol, temveč tudi pri osebnostih lastnostih karakterja, kot sta tekmovalnost in agresivnost. Ali se uporabnik spletnih socialnih omrežij samopredstavi, iskreno ali pozitivno, je torej povsem odvisno od tega v katerem tipu spletnega socialnega omrežja sodeluje. Igralci se torej predstavljajo, kakršni bi želeli biti; igra je le pot do njihovega cilja, saj jih vodijo ekstrinzični motivi.

2.3.2 Vpliv motivacije na samopredstavitev

Kako intrinzična in ekstrinzična motivacija vplivata na samopredstavitev, sta v članku proučevala avtorja Schibchurn in Yan (2015). Omenjena avtorja trdita, da je prostovoljna samopredstavitev ali samorazkritje posledica intrinzične motivacije. Uporabniki spletnih socialnih omrežij ne razkrivajo informacij o sebi zaradi denarja, temveč zaradi socializacije, zabave, informiranosti ipd. Razkrivanje informacij o sebi je prostovoljna aktivnost, posamezniki nikomur ne obljubijo, v katerih aktivnostih bodo sodelovali in koliko ter kakšne informacije bodo razkrili. Odločitve posameznikov, ki uporabljajo spletna socialna omrežja, o tem, kako se bodo samorazkrili, torej temeljijo na intrinzični motivaciji. Intrinzično motivirani posamezniki opravljajo naloge, ker jim opravljanje samo po sebi prinaša zadovoljstvo. V primeru, da bi od posameznikov želeli izvedeti več, pa jim moramo ponuditi ekstrinzično korist. Milne in Gordon (1993) opazita, da posamezniki delijo svojo zasebnost z drugimi v zameno za dobrine ali storitve, ki jih želijo. John, Acquisti in Loewenstein (2009) ugotovijo, da posamezniki niso pripravljeni plačati za zasebnost, temveč so prej pripravljeni sprejeti kompenzacijo za širjenje informacij o sebi. Kompenzacija je v danem primeru nagrada, torej obstaja tudi teorija, kjer so posamezniki ekstrinzično motivirani za predstavitev na spletnih socialnih omrežjih. Zhang, Wang in Chen (2000) pa ugotovijo, da so se nekateri posamezniki pripravljeni odreči zasebnosti v zameno za nagrado, kot so popusti in bonusi. A zakaj posamezniki sploh uporabljajo internet in spletna socialna omrežja? Charney in Greenberg (2001) navedeta osem dejavnikov, zaradi katerih naj bi posamezniki uporabljali internet. To so potreba po informiranosti, odvrčanje in zabavanje, priljubljenost med vrstniki, komunikacija,

razgledanost, kariera in sprotna obvešččenost Podobno pa Kim in Lee (2010) navedeta pet dejavnikov, zaradi katerih naj bi posamezniki uporabljali spletna socialna omrežja: iskanje prijateljev, socialne podpore, informacij, zabave in udobja.

3 EMPIRIČNI DEL

Diplomska naloga temelji na samopredstavitvi na spletnih socialnih omrežjih. Ob pregledu literature sem zasledila, da je eden glavnih dejavnikov, ki vplivajo na način samopredstavitve motivacija, ki vodi posameznike. Zato sem se odločila, da bom raziskala, ali različna tipa le-te vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve posameznika v spletnih socialnih omrežjih. Izhodiščna literatura, s katero sem raziskovala vpliv motivacije na stopnjo iskrene samopredstavitve, je bila delo Deci in Ryana (2015) z naslovom Teorija samodoločanja (angl. Self-determination theory), v katerem govorita o ekstrinzični oziroma zunanji motivaciji ter o intrinzični oziroma notranji motivaciji. Zame pomembno je bilo tudi delo Goffmana (1959) Samopredstavitve v vsakdanjem življenju (angl. The presentation of self in everyday life), ki govori o samopredstavitvi posameznika na primeru odra. Pri nadaljnjem določanju raziskovalnega problema pa mi je bil v veliko pomoč članek McKenne (2007) Skozi internetno steklo. Izražanje in potrjevanje pravega jaza (angl. Through the internet looking glass. Expressing and validating the true self). Teorija je zanimiva predvsem zaradi načina predstavljanja pravega jaza. Posledično sem se odločila, da se bom posvetila vplivu motivacije le na stopnjo iskrene samopredstavitve posameznikov. Moj raziskovalni problem je torej na podlagi prebrane literature – vpliv ekstrinzične in intrinzične motivacije na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnih socialnih omrežjih.

V nadaljevanju najprej sledi kvantitativni del, v katerem je narejena analiza ankete objavljene na spletnem socialnem omrežju Reddit. Po pregledu frekvenčnih porazdelitev in združevanju spremenljivk s pomočjo faktorске analize sledi predstavitev sociodemografskih spremenljivk in preverjanje hipotez. Cilj kvantitativne analize je potrditi hipotezi, ki pravita, da intrinzična motivacija pozitivno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnih socialnih omrežjih ter da ekstrinzična motivacija negativno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnih socialnih omrežjih.

Po končanem kvantitativnem delu sledi kvalitativni del, katerega cilj je ugotoviti, zakaj je bila v kvantitativnem delu zavržena hipoteza, ki se nanaša na ekstrinzično motivacijo. Prav tako pa je cilj ugotoviti, kateri vplivi delujejo na samopredstavitve pri uporabi spletnega socialnega omrežja Reddit. Sprva so bili spisani transkripti petih polstrukturiranih intervjujev, ki se nahajajo v prilogi D. Sledilo je kodiranje besedila ter združevanje v teme, kjer so v nadaljevanju opisani in citirani deli intervjujev in ugotovitve.

3.1 Kvantitativno raziskovanje

3.1.1 Raziskovalni okvir

V diplomski nalogi preučujem dve hipotezi, ki se nanašata na vpliv motivacije na iskreno samopredstavitev na spletnem socialnem omrežju Reddit. Prva hipoteza se nanaša na intrinzično oziroma notranjo motivacijo, ki vodi posameznike, da se z aktivnostjo ukvarjajo zaradi lastnega zadovoljstva in ne zaradi posledic, ki jih dejavnost prinese. Intrinzično motivacijo vodita samouresničevanje in samospoštovanje. Samouresničevanje posamezniki dosežejo z raziskovanjem in razvojem, skozi interese in hobije. Ko gre za posameznikov interes ali hobi, predvidevamo, da dejavnost opravlja iz užitka in zatorej nima razloga, da ne bi bil iskren. Hkrati pa stremijo k iskreni samopredstavitvi, saj jim le ta dvigne samospoštovanje. Torej lahko predvidevamo, da intrinzična motivacija pozitivno vpliva na iskreno samopredstavitev.

H1: Intrinzična motivacija pozitivno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih.

Druga hipoteza se nanaša na ekstrinzično oziroma zunanjo motivacijo. Ekstrinzično motiviran posameznik nalogo opravi zaradi cilja, ki ga želi doseči, in ne zaradi naloge same. Cilj lahko predstavlja izogib kazni, ki bi sledila, če naloge ne bi opravil, ali nagrade – lahko je denarna, lahko pa se kaže kot podpora ali družbeni status. Na spletnem socialnem omrežju cilj predstavljajo števila všečkov, ki jih posameznik prejme za objavljeno sliko, misel ali prepričanje, ki ga deli z drugimi. Za dosego cilja je treba vložiti kar nekaj truda, da bi ugajali drugim, se vsebina velikokrat prilagodi, torej samopredstavitev v danem primeru ni iskrena.

H2: Ekstrinzična motivacija negativno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih.

3.1.2 Anketni vprašalnik

Prvi del anketnega vprašalnika so sestavljala štiri sociodemografska vprašanja, ki so se nanašala na spol, letnico rojstva, najvišjo stopnjo izobrazbe in zakonski stan. Anketa je bila namenjena le registriranim uporabnikom, ki so že objavljali na spletnem socialnem omrežju Reddit, zato so bili z naslednjimi vprašanji izključeni tisti, ki niso prijavljeni ali v času svoje prijave niso objavili niti enkrat. Sledil je sklop devetnajstih vprašanj o motivaciji, povzeta po lestvici situacijske motivacije – SIMS (Guay, Vallerand in Blanchard, 2000). Odgovori na vprašanja so

bili predstavljeni na 7-stopenjski Likertovi lestvici, kjer je 1 predstavljala nestrinjanje in 7 strinjanje. Sklop vprašanj za merjenje stopnje iskrene samopredstavitve pa je povzet po Kim in Lee (2011) ter po Arrasvuori in Olsson (2009). Odgovori so bili prav tako predstavljeni na Likertovi lestvici, le da je bila tokrat 5-stopenjska, kjer 1 predstavlja »ni mi pomembno« in 5 »zelo mi je pomembno«. Anketni vprašalnik se v celoti nahaja v prilogi A.

3.1.3 Zbiranje in urejanje podatkov

Spletna anketa je bila izdelana s pomočjo orodja za spletne ankete lka.si in je bila objavljena 17. 5. 2017 na spletnem socialnem omrežju Reddit. Anketa je bila deljena preko subredditov, ki imajo večje število članov. Enota analize je bil tako registriran uporabnik Reddita, ki vsaj nekajkrat letno nekaj objavi. Uporabniki so imeli 8 dni časa za odgovor na objavljeno anketo, do vključno 24. 5. 2017. Iz pridobljenega vzorca so bili odstranjeni anketirani, ki niso odgovorili na celotno anketo, in tisti, ki so pri spolu izbrali odgovor »drugo«.

Izmed spremenljivk, ki merijo ekstrinzično motivacijo, sem po pregledu frekvenčnih porazdelitev izločila indikator 'zagotavlja dohodek zaradi asimetričnosti' (razvidno v prilogi C, tabela C1). V linearni regresiji je analiziran kot samostojna spremenljivka. V nadaljevanju sta bili pri ekstrinzični motivaciji izločeni še spremenljivki 'biti dober v stvareh, ki me zanimajo' in 'pomembnost vlaganja truda v svoje objave zaradi nizkih uteži in tematske različnosti od ostalih', ker pa obe spremenljivki merita neko vrsto truda posameznika, sem ju za linearno regresijo združila v novo spremenljivko trud. Po pregledu spremenljivk, ki predstavljajo stopnjo iskrene samopredstavitve, sem izločila še spremenljivki, ki predstavljata predstavljanje s pravim imenom in uporabljanje smeškov. Seznam spremenljivk s trditvami se nahaja v prilogi B.

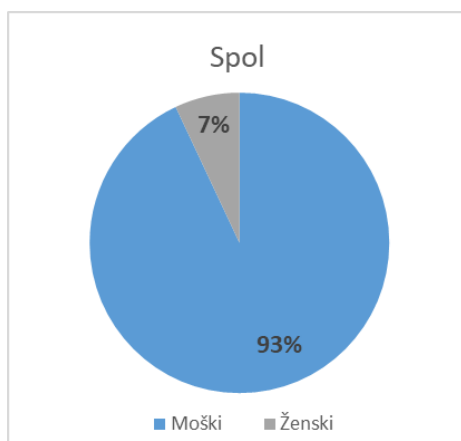
Preostale spremenljivke sem združila s pomočjo faktorске analize, kjer je bila uporabljena metoda glavnih osi s poševno rotacijo oblimin. Tako pri stopnji iskrene samopredstavitve kot pri ekstrinzični in intrinzični motivaciji rešitve skonvergirajo v en faktor. Pri stopnji iskrene samopredstavitve prvi faktor pojasni 35,27 % variance, Cronbachov alfa pa ima vrednost 0,804. Pri ekstrinzični motivaciji prvi faktor pojasni 41,68 %, medtem ko pri intrinzični motivaciji pojasni 65,46 %, Cronbachov alfa ima pri obeh vrstah motivacije vrednost 0,882. Merski inštrumenti so glede na vrednosti Cronbachove alfe zelo zanesljivi. Tabele faktorских analiz se nahajajo v prilogi C. S faktorško analizo je bila povsod razvidna le ena razsežnost, zato sem seštela indikatorje posameznega sklopa in jih delila s skupnim številom vseh indikatorjev. S

tem so nastale nove spremenljivke, poimenovane iskrena samopredstavitev, ekstrinzična motivacija in intrinzična motivacija.

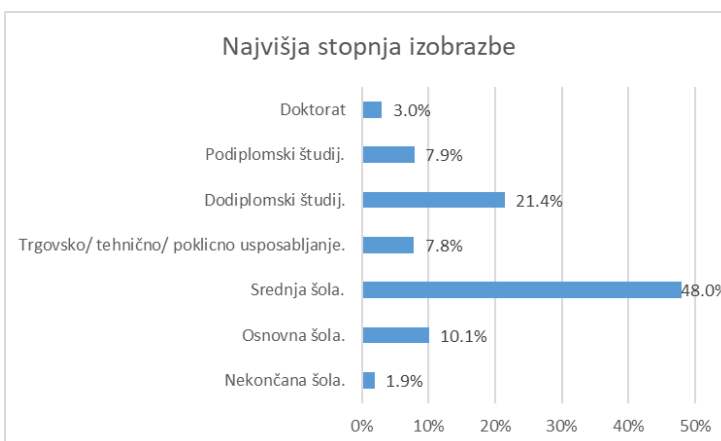
3.1.4 Sociodemografske spremenljivke

Anketiranim je bilo zastavljenih nekaj sociodemografskih vprašanj, in sicer katerega spola so (D1 Spol), katerega leta so rojeni (D2 Letnica rojstva), katera je njihova najvišja stopnja izobrazbe (D3 Najvišja stopnja izobrazbe) in kakšen je njihov zakonski stan (D4 Zakonski stan).

Slika 3.1: Spol



Slika 3.2: Najvišja stopnja izobrazbe



Vzorec sestavlja 1237 veljavnih odgovorov, na katera se v večini odgovarjali moški, in sicer kar 93 % (1150), kar je razvidno na sliki 3.1. Po rekodiranju letnice rojstva v starost smo ugotovili, da je najmlajši respondent star 15 let, najstarejši 52, povprečna starost pa je 22 let in pol. Na sliki 3.2 vidimo da jih ima največ končano srednjo šolo (48%), sledijo jim respondenti z dokončanim dodiplomskim študijem - 21,4%. Malo jih ima narejen doktorat - 3%, najmanj pa jih je brez osnovnošolske izobrazbe - 1,9%. V tabeli 3.1 vidimo da je velika večina respondentov samskih oziroma nikdar poročenih - 87,8%. Najmanj pa je ločenih - 0,2%.

Tabela 3.1: Zakonski stan

Zakonski stan	N	%
Samski, nikoli poročen.	1070	87,8
Poročen.	81	6,5
Vdovel.	6	0,5
Ločen.	8	0,6
Ponovno samski.	3	0,2
Drugo.	50	4

3.1.5 Bivariatna analiza

Tabela 3.2: Pearsonov koeficient korelacije med sestavljenimi spremenljivkami

		Ekstrinzična motivacija	Trud	Intrinzična motivacija	Iskrena samopredstavitev
Ekstrinzična motivacija	Pearsonov koeficient korelacije	1	,643	,532	,544
	p (2-stranski)		,000	,000	,000
	Skupaj	278	274	270	255
Trud	Pearsonov koeficient korelacije	,643	1	,432	,513
	p (2- stranski)	,000		,000	,000
	Skupaj	274	288	273	262
Intrinzična motivacija	Pearsonov koeficient korelacije	,532	,432	1	,452
	p (2- stranski)	,000	,000		,000
	Skupaj	270	273	291	266
Iskrena samopredstav itev	Pearsonov koeficient korelacije	,544	,513	,452	1
	p (2- stranski)	,000	,000	,000	
	Skupaj	255	262	266	280

V tabeli 3.2 so preverjeni koeficienti korelacije med spremenljivkami, ki merijo ekstrinzično motivacijo, trud, intrinzično motivacijo in iskreno samopredstavitev. Ko primerjamo spremenljivke med seboj med vsemi pari obstaja srednje močna pozitivna korelacija, in sicer med spremenljivkama trud in ekstrinzična motivacija (0,643), intrinzična motivacija in ekstrinzična motivacija (0,532), iskrena samopredstavitev in ekstrinzična motivacija (0,544), intrinzična motivacija in trud (0,432), enako med spremenljivkama trud in iskrena samopredstavitev (0,513). Prav tako je med vsemi pari spremenljivk povezanost statistično značilna pri 1% stopnji značilnosti. Torej pri vseh korelacijah pričakujemo, da se bodo z višanjem vrednosti ene spremenljivke posledično višale vrednosti druge spremenljivke.

3.1.6 Preverjanje hipotez

Tabela 3.3: Anova in prileganje regresijskemu modelu

F	p	Popravljeni R kvadrat
13,784	,001	0,315

V tabeli 3.3 iz regresijske analize lahko vidimo, da je vrednost testne statistika $F = 13,784$, njena natančna stopnja značilnosti $p = 0,001$. Posledično, ker je $p < 0,001$ lahko pri 1% stopnji trdimo, da vsaj ena od neodvisnih spremenljivk – ekstrinzična motivacija, trud, intrinzična motivacija, spol, starost, izobrazba zakonski stan ali zunanja regulacija, ki predstavlja dohodek statistično značilno vpliva na odvisno spremenljivko iskrena samopredstavitev.

Model katerega odvisna spremenljivka je iskrena samopredstavitev in njene neodvisne spremenljivke zavzamejo vrednost prilagojenega $R^2 = 0,315$, glej tabelo 3.3 Neodvisne spremenljivke ekstrinzična motivacija, trud, intrinzična motivacija, spol, starost, izobrazba, zakonski stan in zunanja regulacija, ki predstavlja dohodek pojasnijo 31% variabilnosti odvisne spremenljivke.

Tabela 3.4: Regresijski koeficienti in njihove statistične značilnosti

Spremenljivke	Beta	t	p
ekstrinzična motivacija	,243	2,622	,009
trud	,218	2,951	,004
intrinzična motivacija	,200	2,811	,005
spol	,012	,198	,843
starost	,062	,861	,390
stopnja izobrazbe	-,117	-1,668	,097
zakonski stan	-,042	-,697	,487
zunanja regulacija – zagotavlja dohodek	,063	1,016	,311

V tabeli 3.4 je razvidno, da neodvisne spremenljivke ekstrinzična motivacija ($p = 0,009$), trud ($p = 0,004$) in intrinzična motivacija ($p = 0,005$) statistično značilno vplivajo na odvisno spremenljivko stopnja iskrene samopredstavitve pri 5% stopnji značilnosti. Bolj kot je ekstrinzično motiviran posameznik, bolj verjetno se bo na spletnem socialnem omrežju iskreno samopredstavljal ($t = 2,622$). Za neodvisno spremenljivko intrinzična motivacija velja enko, bolj kot je posameznik intrinzično motiviran bolj verjetno je, da se bo na spletnem socialnem

omrežju predstavljal iskreno ($t = 2,811$). Prav tako velja za trud, bolj kot se posameznik trudi, bolj verjetno je, da se bo na spletnem socialnem omrežju predstavljal iskreno ($t = 2,951$).

3.1.7 Ugotovitve

Iz analize ugotovimo, da obe neodvisni spremenljivki intrinzična ter ekstrinzična motivacija statistično značilno vplivata na odvisno spremenljivko stopnjo iskrene samopredstavitve. Glede na argumentacijo teoretskih hipotez smo pričakovali, da bosta imeli tako intrinzična kot ekstrinzična motivacija vpliv na stopnjo iskrene samopredstavitve. V tem primeru obe motivaciji, kot tudi trud ki je del ekstrinzične motivacije, vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve posameznika na spletnem socialnem omrežju Reddit. To pomeni, da se s povečanjem katere koli motivacije, poveča stopnja iskrene samopredstavitve posameznika. Torej na tem koraku lahko prvo hipotezo »Intrinzične motivacija pozitivno vpliva na stopnjo iskrenosti samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih« potrdim. Drugo hipotezo »Ekstrinzična motivacija negativno vpliva na stopnjo iskrene samo-predstavitve v spletnih socialnih omrežjih« zavrnem. Potrditev prve hipoteze je smiselna, saj posamezniki ki so notranje motivirani delajo stvari zaradi svoje volje, torej se na spletnih socialnih omrežjih predstavljajo prostovoljno in iz užitka, zato torej nimajo razloga da bi se predstavljali neiskreno. Zavrnitev druge hipoteze je na nek način prav tako smiselna, saj se posamezniki lahko samo-predstavljajo zaradi nekega drugega motiva, ki jih vodi, to pa je lahko služba, ugled, trud, denar. Torej se iskreno samo predstavlja zaradi koristi, ki mu je s tem prinesena.

3.2 Kvalitativno raziskovanje

S kvantitativno analizo anketnega vprašalnika objavljenega na spletnem socialnem omrežju Reddit je bila druga hipoteza, ki pravi da ekstrinzična motivacija negativno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih, zavrnjena. Zaradi zavrnitve hipoteze v nadaljevanju sledi kvalitativni del, ki ga sestavlja pet polstrukturiranih intervjujev. Raziskati želim ali bo prav tako v tem delu analize hipoteza zavrnjena in kateri vplivi delujejo na samopredstavitve pri uporabi spletnega socialnega omrežja. Sprva bo opisan način zbiranja podatkov v nadaljevanju pa analiza le teh, s katero bomo skušali ugotoviti, zakaj je bila omenjena hipoteza zavrnjena.

3.2.1 Metodologija

V kvalitativnem delu raziskave je bilo narejenih pet polstrukturiranih intervjujev z registriranimi uporabniki spletnega socialnega omrežja Reddit. Vseh pet intervjujev se nahaja v prilogi D. Intervjuji so temeljili na vprašanjih o motivaciji, uporabi spletnih socialnih omrežij, ter o samopredstavitvi posameznikov. Poleg omenjenih vprašanj, je bilo zastavljenih prav tako nekaj sociodemografskih vprašanj. Za intervju je obstajal enak pogoj kot za anketo in sicer intervjuvanec mora biti registriran uporabnik, ki je vsaj enkrat nekaj objavil. Intervjuji so se snemali, zaradi lažjega pisanja transkriptov, ki se nahajajo v prilogi. Trije izmed intervjujev so bili izvedeni na njihovem domu, ostala dva pa pri meni doma. S tem jim je bila zagotovljena sproščenost pri dajanju odgovorov kot so v danem trenutku mislili odgovoriti. Dva izmed intervjuvancev poznam osebno, ostale tri pa sta mi priporočila onadva. Imena intervjuvancev so v nadaljevanju izmišljena, saj jim je bila zagotovljena anonimnost. Kot omenjeno jih je v intervjujih sodelovalo pet, trije od njih so bili pripadniki moškega spola in dve ženskega, stari so bili med 23 in 36 let. Vsi intervjuvanci so registrirani uporabniki Reddita že vsaj 3 leta. Posamezni intervju je trajal od 20 minut do pol ure.

3.2.2 Analiza podatkov intervjujev

Na podlagi zvočnih posnetkov so bili najprej spisani transkripti, ki se nahajajo v prilogi D. Sledilo je branje in kodiranje besedila, kjer sem besedilu pripisala pripadajoče pojme in si s tem olajšala delo s pridobljenimi podatki. Na podlagi spisanih kod sem določila teme, znotraj katerih se nahajajo združene kode. Vsaka izmed tem je v nadaljevanju opisana, opisu sledijo zaznane značilnosti in citati za utemeljitev.

3.2.2.1 Čas uporabe

Intervjuvancem sta bili zastavljeni dve vprašanji, ki se nanašata na čas. In sicer kako dolgo je uporabnik spletnega socialnega omrežja Reddit. In koliko časa preživi na Redditu v primerjavi z drugimi spletnimi socialnimi omrežji, ki jih uporablja. Najmanj časa je registrirana uporabnica Urša, 3 leta, najdlje pa je registriran uporabnik Tim in sicer kar 10 let. Intervjuvani poleg Reddita uporabljajo še Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Snapchat, TikTok, LinkedIn in blog. V primerjavi z omenjenimi omrežji jih večina Reddit uporablja zelo malo časa. Izjemi sta Nal, ki ga uporablja dnevno in Jon, ki ga uporablja tedensko.

Nal (osebno komuniciranje, 2019, 29. julij)¹: »Dnevno uporabljam Twitter in Reddit. FB predvsem za komunikacijo, Instagram pa sem ter tja, nisem niti zares aktiven uporabnik.«

Jon (osebno komuniciranje, 2019, 2. avgust)²: »Največ časa bi rekel, da preživim na Youtubu, sledi mu Facebook, uporabljam ju dnevno. Reddit uporabljam malo manj kot Youtube in Facebook recimo da tedensko.«

3.2.2.2 Motivacija za uporabo

V intervjujih so sodelovali registrirani uporabniki, ki so v času od registracije do intervjuja vsaj enkrat nekaj objavili. Na spletnem socialnem omrežju registracija ni nujno potrebna, objavam lahko sledimo ne glede na to ali smo registrirani ali ne. Z registracijo pridobimo določene ugodnosti, kot so komentiranje, všečkanje objavljene vsebine in komentarjev ter bolj personalizirana vsebina. Glede na to, da vsebini lahko sledimo ne glede na to da nismo registriran uporabnik, nas mora k registraciji voditi motivacija. Intervjuvanci so se registrirali z namenom izražanja lastnega mnenja, iz radovednosti in zanimanja za določene tematike. V največji meri jih je torej vodila intrinzična oziroma notranja motivacija, ki v danem primeru predstavlja uporabo Reddita iz veselja. Le eno izmed intervjuvanih pa je vodila ekstrinzična oziroma zunanja motivacija, kar pomeni da je bila registracija le pot do cilja in ne cilj sama po sebi.

Urša (osebno komuniciranje, 2019, 6. avgust)³: »Na fakulteti smo delali eno raziskovalno nalogo. Prijavila sem se, da sem videla kako ta stvar sploh deluje.

3.2.2.3 Zanimanja

Intervjuvani sledijo različnim subredditom iz različnih razlogov. Najbolj pogost so njihova zanimanja tako za potovanja, živali, glasbo avtomobilizem, znanost, kreativnost, tehnologijo. Zaznati je možno, da so njihova zanimanja za subreddite povezana z njihovim preživljanjem prostega časa, v redkih primerih tudi s službo. Ne glede na to kaj jih zanima pa se skoraj vsi radi nasmejijo smešnim slikam oziroma videom.

Urška je edina pri kateri je bila zaznana ekstrinzična motivacija pri registraciji na spletno socialno omrežje Reddit, sama sedaj spremlja subreddite o živalih in smešne vsebine. Pri ostalih je bila zaznana intrinzična motivacija, za katero bi lahko rekli da jih spremlja prav tako pri

¹ Transkript intervjuja se nahaja v prilogi D.5.

² Transkript intervjuja se nahaja v prilogi D.4.

³ Transkript intervjuja se nahaja v prilogi D.2.

sledenju subredditov, saj spremljajo predvsem kar jih v življenju zanima. Jana rada potuje, posledično v prostem času piše blog ter prav tako na Redditu spremlja teme, ki so povezane s potovanji. S preživljanjem prostega časa je povezano sledenje subredditom tudi pri Timu, ki se ukvarja z glasbo. Pri njem je moč opaziti, da sledi prav tako temam, ki so povezane z njegovim delom, ki je v smeri avtomobilizmom. A sledenje in sodelovanje v subredditih še vedno vodi intrinzična motivacija.

Tim (osebno komuniciranje, 2019, 7. avgust)⁴: »Glasba in avtomobilizem definitivno, s tem se ukvarjam in v tem preživim največ časa, prostega ali službenega. Tem subredditom sledim že od nekdaj, tudi Komotarja na Youtubu spremljam že kar nekaj časa. Za nobeno od omenjenih stvari ne bi rekel da je zaradi službe, prej je služba zaradi tega ker je še spodbujalo moje zanimanje.«

3.2.2.4 Objave

Na spletnem socialnem omrežju Reddit lahko uporabniki objavijo komentarje in povezave, ki vodijo v večini na druge strani. V objavljeno vsebino je vložen določen čas in trud, a seveda to ne velja za vse. Nekateri izmed intervjuvanih napišejo kar jim v danem trenutku pade na pamet, medtem ko se drugi za objave potrudijo, bodisi da so v pomoč drugim ali da pokažejo svoje znanje. Jana vsebine ne prilaga, objavi kar meni da bi na nek način pomagalo drugim. Občutek dobim, da pričakuje da prav tako drugi vložijo trud v vsebino, ki jo objavijo, saj si občasno tudi sama pomaga z naštetimi idejami.

Jana (osebno komuniciranje, 2019, 12. avgust)⁵: »Potovanja predstavljajo velik del mojega življenja, fino mi je ko vidim kje vse so ljudje in dobim idejo kaj bi si lahko ogledala ko bom tam. Prav tako mi je všeč, da podam mnenje, ki bo prišlo prav nekomu drugemu.«

Objave posameznikov so nagrajene z glasovi, ki jih prejmejo, le ti so lahko pozitivni ali negativni. Za vse uporabnike glasovi nimajo enakega pomena, nekatere spodbudijo k bolj pogostemu objavljanju, drugim prav tako negativni glasovi in komentarji predstavljajo priložnost za izboljšanje medtem ko tretjim ne pomenijo nič. Bodisi ker niso dobili potrditve od prijateljev ali pa že v samo objavo ne vložijo truda, saj jim pristni odnosi pomenijo več, kot virtualni. Potrditev prijateljev je lažje pridobiti na spletnih socialnih omrežjih, kjer smo z njimi povezani, posledično intervjuvanim pozitivni odzivi na teh omrežjih pomenijo veliko več kot

⁴ Transkript intervjuja se nahaja v prilogi D.3.

⁵ Transkript intervjuja se nahaja v prilogi D.1.

na Redditu. Pri Urši opazimo ekstrinzično motivacijo že pri registraciji, sedaj pa jo zasledimo prav tako pri objavah, saj so pozitivni glasovi njen cilj oziroma jo spodbudijo k nadaljnjemu spremljanju Reddita. Zanimivo je, da je ne spodbudijo k nadaljnjemu objavljanju vsebine, da bi s tem ponovno pridobila potrditev.

Urša (osebno komuniciranje, 2019, 6. avgust): »Glede na to, da Reddita ne uporabljam z največjim veseljem moram reči, da če se slučajno moja objava znajde med top objavami, dobim kar nek nov zagon in znova obiščem Reddit«.

Jana (osebno komuniciranje, 2019, 12. avgust): »Ja, malo mi res. Vendar se mi zdi, da ne toliko na Redditu kot kje drugje, recimo na Instagramu.«

Tim (osebno komuniciranje, 2019, 7. avgust): »Če je posnetek nečesa za kar sem se sam potrudil in objavim povezavo nanj potem ja, drugače niti ne. Sam posnamem par videov o glasbi in avtomobilih jih objavim na Youtube in sem ter tja kakšnega delim na Redditu. Seveda je vsakdo rad pohvaljen za svoje delo, zato sem vesel kakršnega koli odziva. Tudi kritika je za nekaj dobra, saj tako lažje dojamem kje delam napake.«

Nal (osebno komuniciranje, 2019, 29. julij): »Prisoten sem zgolj zaradi zanimanj, več pa mii pomenijo pristni odnosi z ljudmi kot da bi imel ne vem koliko všečkov, na koncu pa bi bil v realnem življenju brez prijateljev.

3.2.2.5 Skupne lastnosti intervjuvancev

Vsem intervjuvance je skupno, da se na Redditu nihče ne predstavlja s svojim imenom in priimkom, saj menijo da to na forumih niti ni potrebno. Njihova uporabniška imena so kombinacija črk imena in priimka, imen hišnih ljubljencev, vzdevki ali imena, ki jih uporabljajo tudi na drugih forumih, saj si tako lažje zapomni svoje uporabniško ime. Drugačna zgodba pa je na drugih spletnih socialnih omrežjih, na Facebooku se vsi predstavljajo s svojim imenom in priimkom, na Instagramu je uporabniško ime izmišljeno, vendar je zraven napisano pravo ime in priimek. Na YouTube so prijavljeni s svojim Google accountom, kjer uporabljajo svoj ime in priimek. Na LinkedIn-u se prav tako predstavljajo s celotnim imenom in priimkom, prav tako na Twitterju. Med tem ko se na blogih predstavljajo le z imenom, na ostalih forumih, TikTok-u in Snapchatu pa prav tako z v celoti izmišljenim uporabniškim imenom.

Tim (osebno komuniciranje, 2019, 7. avgust): »Zdi se mi, da se na forumih nihče ne predstavlja s svojim imenom in priimkom.«

Samopredstavitve predvsem na lastnih blogih, Facebooku in Instagramu je precej bolj osebna kot na Redditu, zato se uporabniki ne čutijo dolžne razkrivati informacij o sebi. Kar pa ne pomeni, da jih namenoma skrivajo. Vsi intervjuvanci na Redditu sodelujejo v subredditih, ki so povezani z njihovimi zanimanji, novicami in pa smešnimi vsebinami. Menijo, da je tudi to del razkrivanja informacij o sebi, vendar na ne zares očiten način.

Jana (osebno komuniciranje, 2019, 12. avgust): »Na Redditu predvsem všečkam objave ali komentarje in občasno komentiram. Je pa res, da če je kakšna specifična tema in da povem svojo izkušnjo, povem iz kje sem ali koliko sem stara, ali da sem tudi že jaz zbolela za določeno stvarjo itd.«

Tim (osebno komuniciranje, 2019, 7. avgust): »Na Redditu prav tako ne dobesedno, lahko se opazijo moja zanimanja, vendar to vseeno ni tako očiten način, kot na drugih omrežjih ko nekdo lahko pride na tvoj zid in vidi objave, komentarje itd.«

3.2.2.6 Ugotovitve

Pri Timu ni moč zaznati ekstrinzične motivacije, temveč samo intrinzično. Zanimivo pri njem je da, intrinzična motivacija ni prerastla v ekstrinzično motivacijo, saj se je v subredditu vključil zaradi zanimanja in se nato začel ukvarjati s poklicem, iz osebnega zanimanja. Pri Jani opazimo je nekje med identificirano in integrirano motivacijo, obe obliki ekstrinzične motivacije sta že bolj avtonomni in mejita na intrinzično motivacijo. Nal je predstavnik, najbolj avtonomne ekstrinzične motivacije imenovane integrirana regulacija. Med tem ko pri Urši opazimo, da jo je k registraciji in uporabi vodila ekstrinzična motivacija, saj je bil namen uspešno dokončanje naloge in ne uporaba sama po sebi, ki je predstavljala zgolj pot do uspešno opravljenega cilja. Jon po razmisleku prizna, da je bila registracija na nek način pričakovana v njegovi družbi. Od začetka so ga je torej vodila najmanj avtonomna oblika ekstrinzične motivacije imenovana zunanja regulacija.

4 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu sem se osredotočila na to, kako intrinzična oziroma notranja ter ekstrinzična oziroma zunanja motivacija, vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve registriranega uporabnika spletnega socialnega omrežja Reddit. S prihodom spleta, so prišla spletna socialna omrežja, eden izmed predstavnikov je družbeno in novičarsko omrežje Reddit. Delovanje temelji na principu foruma, kjer so uporabniki kreatorji vsebine in s pomočjo glasovanja hkrati promotorji vsebine. V spletnih socialnih omrežjih, ki predstavljajo virtualne prostore, se posamezniki, kot v realnem svetu zbirajo v skupinah z namenom, da si med seboj »izmenjujejo informacije, se učijo, igrajo ali pa so preprosto drug z drugim« (Kraut in Resnick, 2011, str. 1). Posameznik, ki se prijavi na spletno socialno omrežje ima potrebo potem, ki jo s pomočjo motivacije zadovolji, v danem primeru je prisotna potreba po samopredstavitvi. Samopredstavitve »je način, kako avtor sporočila predstavlja samega sebe, kakšno podobo o sebi hoče predstaviti udeležencem komunikacije ali javnosti« (Ule 2009, 278). Samopredstavitve je lahko posledica intrinzične motivacije, ki je po Deciju (1971) pokazatelj pozitivnega potenciala človekove narave. Intrinzično motivirani posamezniki »se ukvarjajo z aktivnostjo zaradi lastnega zadovoljstva in ne zaradi posledic, ki jih le ta prinese« (Ryan in Deci, 2000a, str. 65). V teoriji sta omenjeni dve vrsti intrinzične motivacije in sicer »užitek, ki je usmerjen na posameznika in obveznosti do skupnosti, ki so usmerjene na druge« (Nov, Naaman in Ye, 2009, str. 556). Skozi čas pri posameznikih prevlada ekstrinzična oziroma zunanja motivacija, del intrinzične motivacije opazimo le še pri nekaterih prostočasnih dejavnostih, del pa jo preraste v ekstrinzično motivacijo. Intrinzična motivacija v veliki meri preraste v ekstrinzično zaradi »oprijemljivih nagrad, groženj, rokov, direktiv, pritiskov ocen in zastavljeni ciljev« (Ryan in drugi, 2000b, str. 69). Pomemben cilj posameznika, ki ga vodi intrinzična motivacija je, da se iskreno samopredstavi, da je to kar je in ne kar bi si želel biti. Medtem, ko so cilji ekstrinzično motiviranega posameznika, število prijateljev v svoji mreži, število všečkov, ki jih prejme ob objavi.

Anketa je bila objavljena na večjih subredditih, v kateri so lahko sodelovali registrirani uporabniki, ki so vsaj enkrat nekaj objavili. Vprašanja o motivaciji so bila povzeta po situacijski motivaciji SIMS, ki jo je predstavljal sklop devetnajstih vprašanj (Guay, Vallerand in Blanchard, 2000). Za merjenje stopnje iskrene samopredstavitve pa so bila vprašanja povzeta po Kim in Lee (2011) ter po Arrasvuori in Olsson (2009). Z zbranimi podatki, sem v

nadaljevanju testirala ali zastavljeni hipotezi, da intrinzična motivacija pozitivno vpliva, ter da ekstrinzična motivacija negativno vpliva na stopnjo iskrene samopredstavitve v spletnih socialnih omrežjih. Po pregledu frekvenčnih porazdelitev sem nekaj spremenljivk izločila, nekaj pa sem jih v nadaljevanju uporabila kot samostojne spremenljivke. Preostanek spremenljivk je bil združen s faktorsko analizo. Na sestavljenih spremenljivkah pa je bila v nadaljevanju narejena linearna regresija so bili preverjeni vplivi motivacije na iskreno samopredstavitev. Ugotovila sem, da intrinzična motivacija vpliva pozitivno na stopnjo iskrene samopredstavitve. Torej se posamezniki, katerim samopredstavitev predstavlja cilj sam po sebi, predstavljajo iskreno na spletnih socialnih omrežjih, saj to počnejo bodisi iz veselja, zanimanja, užitka. Druga hipoteza diplomskega dela, ki pravi da se posamezniki, ki jih vodi ekstrinzična motivacija ne predstavljajo iskreno na spletnih socialnih omrežjih, je bila zavrjena. Torej se tudi ekstrinzično motivirani predstavniki, katerih samopredstavitev ni cilj sama po sebi temveč je le pot do cilja, samopredstavljajo iskreno na spletnih socialnih omrežjih. Njihov cilj na Redditu je že lahko, da dosežejo veliko všečkov za napisano objavo ali komentar, vendar so uporabnikove objave vseeno iskrene. Ne glede na to, da želi doseči nek cilj, se kljub temu ne predstavi v pozitivni luči, samo za to, da bi cilj lažje dosegel. Na stopnjo iskrene samopredstavitve vpliva prav tako trud, ki predstavlja del ekstrinzične motivacije. Z opravljeno kvantitativno analizo sem ugotovila, da se s povečanjem katere koli motivacije, poveča stopnja iskrene samopredstavitve posameznika. Torej ne glede na motivacijo, ki vodi posameznika se le ta na Redditu iskreno samopredstavlja, lahko bi rekla da v tem primeru motivacija igra bolj pomembno vlogo pri tem da spodbudi uporabnika k objavljanju.

Zavrnitev druge hipoteze, ki se nanaša na negativni vpliv ekstrinzične motivacije na uporabnikovo iskreno samopredstavitev, je spodbudila nadaljnjo raziskovanje s pomočjo kvalitativnega dela, kjer je bilo opravljenih pet pol strukturiranih intervjujev. Cilj je bil raziskati ali ekstrinzična motivacija res pozitivno vpliva na iskreno samopredstavitev posameznika in kateri vplivi delujejo na samopredstavitev pri uporabi spletnega socialnega omrežja. Na podlagi zvočnih posnetkov je sledilo pisanje transkriptov, kodiranje besedila, ter določitev tem, ki so bile v nadaljevanju podrobneje opisane oziroma analizirane. Intervjuvani so registrirani uporabniki 3 do 10 let, v primerjavi z drugimi spletnimi socialnimi omrežji, ki jih uporabljajo, Reddit uporabljajo zelo malo časa. Motivacija pri Redditu je prisotna na več nivojih in sicer kot prvo moramo biti motivirani za uporabo, kot drugo za registracijo, saj je sledenje objavam omogočeno tudi neregistriranemu uporabniku in kot tretje za objavljanje oziroma sodelovanje. Intervjuvance je veliki meri k registraciji vodila intrinzična motivacija, le pri eni izmed njih je

moč zaznati ekstrinzično motivacijo, kar pomeni da je bila registracija le pot do cilja in ne cilj sama po sebi. Intervjuvani večinoma sodelujejo v subbreditih, ki so jim tematsko zanimivi, pa naj bo to v zvezi s prostim časom, zanimanji ali s službo. Zaznamo da na iskreno samopredstavitev na Redditu vplivajo predvsem odzivi, naj si bodo z glasovi ali komentarji, ter pričakovanje, da se prav tako ostali uporabniki predstavljajo iskreno in so njihove informacije koristne drugim. Odzivi ter pričakovanja so v tem primeru cilj in predstavljajo ekstrinzično motivacijo, a kljub temu ni zaznati da se uporabniki, ne bi predstavljali pozitivno oziroma neiskreno. To se lahko vidi s soglasnim mnenjem, da intervjuvani uporabljajo izmišljena uporabniška imena, saj se jim to na forumu zdi normalno, in da razkrijejo podatke o sebi, če je to potrebno, prav tako tudi vsi sodelujejo v tematikah ki so jim zanimive in tudi s tem razkrivajo del sebe. Ugotovitev kvantitativnega dela, da obe motivaciji pozitivno vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnem socialnem omrežju Reddit, je prav tako potrjena s strani kvalitativnega dela.

V diplomski nalogi sem prišla do ugotovitve, da neodvisni spremenljivki, intrinzična motivacija in ekstrinzična motivacija pozitivno vplivata na stopnjo iskrene samopredstavitve na spletnem socialnem omrežju Reddit. Glede na to, da pri ekstrinzični motivaciji samopredstavitev ni cilj sama po sebi je bilo glede na prebrane teorije pričakovano, da le ta ne bo iskrena. A ne glede na to kaj je uporabnikov pravi cilj, ga motivacija spodbudi k objavi. Če le ta ne bi bil motiviran za objavljanje, ne bi mogli reči, da se na spletnem socialnem omrežju sploh predstavlja. Na temo vpliva motivacije, predvsem ekstrinzične, bi bilo v nadaljevanju smotno uporabiti druge metodološke pristope, kot na primer analiziranje objav uporabnikov. S tem bi se lahko še dodatno prepričali, da ne glede na to katera motivacija vodi registriranega uporabnika Reddita, se le ta iskreno samopredstavlja.

5 VIRI

1. Arrasvuori, J. in Olsson, T. (2009). A model for analyzing online communities. *International journal of bussines and information*, 4(2), 115–136. Dostopno prek http://www.researchgate.net/publication/267704038_A_Model_for_Analyzing_Online_Communities
2. Bauer, J. in Mcadams, D. (2008). Narrative identity and eudaimonic well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9, 81–104. doi: 10.1007/s10902-006-9021-6
3. Bojmel, L. B., Moran, S. in Shahr, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in human behavior*, 55, 788–795. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.033
4. Boyd, D. M. in Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
5. Brand, R. J., Rosenman, R. H., Sholtz, R. I. in Friedman, M. (1976). Multivariate prediction of coronary heart disease in the western collaborative group study compared to the findings of the framingham study. *Western Collab – Framingham compared*, 53(2), 348–355. doi: 10.1161/01.CIR.53.2.348
6. Bruckman, A. (1993). Gender swapping on the internet. *Paper presented at the INET*. San Francisco: CA.
7. Castells, M. (1996). *The risk of the networ society*. Oxford: Blackwell.
8. Charney, T. in Greenberg, B. (2001). *Uses and gratifications of the Internet*. In *Communication, technology and society: New media adoption and uses*. Cresskill, NJ: Hampton.
9. Collins, N. L. in Miller, L. C. (1994). Self-Disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116(3), 457–475. Dostopno prek <https://pdfs.semanticscholar.org/0aa7/943005dd20035715a3af81861da8896a6172.pdf>

10. Correa, T., Hinsley, A. W. in de Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. doi: 10.1016/j.chb.2009.09.003
11. Croucher, S. M. (2011). Social networking and cultural adaptation: a theoretical model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259–264. doi: 10.1080/17513057.2011.598046
12. Csikszentmihalyi, M. in Rathunde, K. (1993). *The measurement of flow in everyday life: Toward a theory of emergent motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press.
13. Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18(1), 105-115. doi: 10.1037/h0030644
14. Deci, E. L., Vallerand R. J., Pelletier L. G. in Ryan R. M. (1991). Motivation and education: the self-determination perspective. *Educational psychologist*, 26(3&4), 325–346. Dostopno prek <https://pdfs.semanticscholar.org/6277/de5e8d8d8f39474eb754ef9bb8c9c9b1c315.pdf>
15. Deci E. L. in Ryan M. R. (2015). Self-determination theory. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, 21, 486–491. doi: 10.1016/B978-0-08-097086-8.26036-4
16. Ellison, N. B., Heino, R. D. in Gibbs J. L. (2006). Managing impressions online: self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x
17. Fenigstein, A., Scheier, M. F. in Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(4), 522–527. doi: 10.1037/h0076760
18. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
19. Guay, F., Vallerand, R. J. in Blanchard, C. M. (2000). On the assessment of situational intrinsic and extrinsic motivation: the situational motivation scale (SIMS). *Motivation and emotion*, 24(3), 175–213. doi: 10.1023/A:1005614228250

20. Hancock, J. T., Toma, C. in Ellison, N. (2007). *The truth about lying in online dating profiles*. Dostopno prek <https://collablab.northwestern.edu//CollablabDistro/nucmc/p449-hancock.pdf>
21. John, L. K., Acquisti, A. in Loewenstein, G. (2009). The best of strangers: context dependent willingness to divulge personal information. *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.1430482
22. Kim, J-H. in Lee, J-E., R. (2010). The Facebook paths to happiness: effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359–364. doi: 10.1089/cyber.2010.0374
23. Kitchin, R. (1998). *Cyberspace: the world in the wires*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
24. Kraut, R. E. in Resnick, P. (2011). *Building successful online communities. Evidence-based social design*. London: The MIT Press, Cambridge.
25. Lance, L. M. (1998). Gender differences in heterosexual dating: A content analysis of personal ads. *Journal of Men's Studies*, 6(3), 297-305. doi: 10.1177/106082659800600303
26. Leary, M. R. (2000). Self-consciousness. *Encyclopedia of Psychology*, 7, 209–210. Washington, DC: American Psychological Association.
27. Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
28. McKenna, K. Y. A. (2009). Through the internet looking glass. Expressing and validating the true self. *The Oxford handbook of Internet Psychology*, 2(1), 205–211. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0014
29. McLaughlin, C., Vitak, J. in Crouse, J. (2011). Online identity construction and expectation of future interaction. *Computer society press*. doi: 10.1109/hicss.2011.329
30. Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357–364. doi: 10.1089=cyber.2009.0257

31. Milne, G. R. in Gordon M. E. (1993). Direct mail privacy-efficiency trade-offs within an implied social contract framework, *12*(2), 206–215. doi: 10.1177/074391569101200206
32. Nadkarni, A., Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and individual differences*, *52*, 243–249. doi: 10.1016/j.paid.2011.11.007
33. Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M. in Swartz L. (2004). Why we blog. *Communication of the ACM*, *47*(12), 41–46. doi: 10.1145/1035134.1035163
34. Nov, O., Naaman, M. in Ye, C. (2009). Analysis of participation in an online photosharing community: A multidimensional perspective. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *61*(3), 555–566. doi: 10.1002/asi.21278
35. Pempek T. A., Yermolayeva Y. A. in Calvet S. L. (2009). College Students social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *30*(3), 227–238. doi: 10.1016/j.appdev.2008.12.010
36. Paulhus, D. L. in Trapnell, P. D. (2007). Self-presentation of personality: an agency-communion framework. *Handbook of personality psychology*. 493–517.
37. Reddit. (b. d.). Dostopno prek <https://searchcio.techtargert.com/definition/Reddit>
38. Rogers, C. (1961). *On becoming a person*. Boston: Western Behavioral Science Institute La Jolia, California. Hughton Mifflin Company.
39. Ryan, R. M. in Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, *25*(1), 54–67. doi: 10.1006/ceps.1999.1020
40. Ryan, R. M. in Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, *55*(1), 68–78. doi: 10.1037/110003-066X.55.1.68
41. Schiano, D. J., Nardi, B. A., Gumbrecht, M. in Swarzt, L. H. (2004). Blogging by the rest of us. *Late Breaking Results Paper*. 1143–1146.
42. Schibchurn, J. in Yan X. (2015). Information disclosure on social networking sites: An intrinsic – extrinsic motivation perspective. *Computers in human behavior*, *44*, 103–117. doi: 10.1016/j.chb.2014.10.059

43. Schlenker, B. R. (1975), Self-Presentation: Managing Impression of Consistency When Reality Interferes with Self Enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 1030–1037.
44. Skinner, B. F. (1953). *Science and Human behavior*. New York: Macmillan.
45. The conversation starts here. (b. d.). Dostopno prek: <https://www.redditinc.com/>
46. Ule, M. (2000). *Sodobne identitete –v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: FDV.
47. Ule, M. (2005). *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: FDV.
48. Ule, M. (2009). *Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov*. Ljubljana: FDV.
49. Walther, J. B. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer – mediated communication. *Social science computer review*, 19(3), 324–347. Dostopno prek https://www.researchgate.net/publication/297590178_The_Impacts_of_Emoticons_on_Message_Interpretation_in_Computer-Mediated_Communication
50. Wynn, E. H. in Katz, J. (1997). Hyperbole over cyberspace: self-presentation and social boundaries in internet home pages and discourse. *The Information Society*, 13, 297–327. doi: 10.1080/019722497129043
51. Zhang, Y., Wang, C. L. in Chen, J. (2000). Consumers' responses to web-based data collection efforts and factors influencing the responses. *Journal of International Marketing and Market Research*, 25, 115–123.

PRILOGE

PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK

Sociodemografska vprašanja:

1. Gender:

- 1 Male
- 2 Female

2. Year of birth:

3. What is the highest degree or level of school you have completed?

- 1 No school completed
- 2 Primary school
- 3 High school
- 4 Trade/technical/vocational training
- 5 Bachelor's degree
- 6 Master's degree
- 7 Doctorate degree

4. What is your marital status?

- 1 Single, never married
- 2 Married
- 3 Widowed

4 Divorced

5 Separated

Ekstrinzična motivacija:

Please indicate to what extent the following statements correspond to your reasons for posting in this subreddit:

(from 1 - strongly disagree to 7 - strongly agree)

1. External regulation

To get others' approval.

Because others will respect me more.

Because others expect it from me.

Because it provides me with an income.

2. Introjected regulation

I have to prove to myself that I can.

It makes me feel proud of myself.

Otherwise I will feel bad about myself.

I want to be very good at things that I care about.

3. Identified regulation

I personally consider it important to put effort in my posts.

Writing posts has personal significance to me.

It allows me to attain a certain lifestyle.

It helps me achieve certain important objectives.

4. Integrated regulation

It is a fundamental part of who I am.

It is what I do in my life.

I am a part of the community.

Intrinzična motivacija

Please indicate to what extent the following statements correspond to your reasons for posting in this subreddit:

(from 1 - strongly disagree to 7 - strongly agree)

I have fun doing this.

It is exciting.

It is interesting.

I feel good when doing this.

Stopnja iskrene samo-predstavitve

How important are the following actions in this subreddit for you personally?

The five-grade scale: 1 Unimportant, 2 Somewhat unimportant, 3 Not relevant for me, 4 Somewhat important, 5 Very important.

Having a creative nickname

The style (e.g. length) of the content I share about me

What sort of information I share about me

My actions and behaviours in this subbredit

Using my real name

Possibility to correct the content

Using smileys to show my mood

Having possibility to express myself no matter what others think.

Posting about myself without restrictions

PRILOGA B: SEZNAM SPREMENLJIVK S TRDITVAMI

Ekstrinzična motivacija

mot_externalreg1 – Pridobivanje odobravanja drugih uporabnikov.

mot_externalreg2 – Spoštovanje drugih uporabnikov.

mot_externalreg3 – Pričakovanja drugih uporabnikov.

mot_externalreg4 – Zagotavlja dohodek.

mot_introjectedreg1 – Dokazovanje sebi, da zmorem.

mot_introjectedreg2 – Občutek ponosnosti samega nase.

mot_introjectedreg3 – Drugače bi imel slabo menje o sebi.

mot_introjectedreg4 – Biti dober v stvareh, ki me zanimajo.

mot_identifiedreg1 – Pomembnost vlaganja truda v svoje objave.

mot_identifiedreg2 – Osebni pomen pisanja sporočil.

mot_identifiedreg3 – Doseganje določenega načina življenja.

mot_identifiedreg4 – Pomoč pri doseganju pomembnih ciljev.

mot_integratedreg1 – Početje v življenju.

mot_integratedreg2 – Počutim se, kot del skupnosti.

Intrinzična motivacija:

mot_intrinsic1 – Zabava.

mot_intrinsic2 – Razburljivost.

mot_intrinsic3 – Zanimivo.

mot_intrinsic4 – Dobro počutje.

Iskrena samopredstavitev:

iskr_sam_strinjanje – Razmišljanje o vsebini.

iskr_sam_pomembnost1 – Kreativni vzdevek.

iskr_sam_pomembnost2 – Stil vsebine.

iskr_sam_pomembnost3 – Vrsta informacij.

iskr_sam_pomembnost4 – Aktivnosti in dejanja.

iskr_sam_pomembnost5 – Pravo ime.

PRILOGA C: STATISTIČNI IZRAČUNI

Tabela C.1: Deskriptivne statistike indikatorjev

	Skupaj	Povprečje	Standardni odklon	Asimetričnost	Sploščenost
	Veljavni				
mot_externalreg1	275	3,27	2,033	,318	-1,219
mot_externalreg2	272	2,81	1,915	,618	-,854
mot_externalreg3	273	2,03	1,566	1,613	1,793
mot_externalreg4	274	1,33	1,032	3,770	15,031
mot_introjectedreg1	274	2,56	1,896	,947	-,356
mot_introjectedreg2	273	3,26	2,008	,254	-1,253
mot_introjectedreg3	272	2,04	1,568	1,505	1,292
mot_introjectedreg4	272	4,15	2,180	-,251	-1,328
mot_identifiedreg1	271	4,11	2,172	-,256	-1,371
mot_identifiedreg2	271	3,49	1,959	,131	-1,176
mot_identifiedreg3	272	2,73	1,903	,670	-,810
mot_identifiedreg4	271	2,99	1,972	,480	-1,048
mot_integratedreg1	280	3,36	2,065	,315	-1,158
mot_integratedreg2	277	4,71	2,026	-,639	-,816
mot_intrinsic1	273	5,47	1,687	-1,394	1,398
mot_intrinsic2	275	4,24	1,988	-,251	-1,087
mot_intrinsic3	277	5,36	1,668	-1,304	1,179
mot_intrinsic4	276	4,50	1,865	-,507	-,648
iskr_sam_strinjanje	275	4,31	2,020	-,356	-1,052
iskr_sam_pomembnost1	272	2,72	1,459	,171	-1,375
iskr_sam_pomembnost2	274	2,85	1,372	-,107	-1,250
iskr_sam_pomembnost3	270	3,17	1,539	-,258	-1,419
iskr_sam_pomembnost4	273	3,14	1,361	-,336	-1,088
iskr_sam_pomembnost5	273	1,70	1,230	1,611	1,342
iskr_sam_pomembnost6	271	3,63	1,275	-,889	-,223
iskr_sam_pomembnost7	273	2,07	1,386	,924	-,605
iskr_sam_pomembnost8	271	3,54	1,373	-,699	-,743
iskr_sam_pomembnost9	273	2,46	1,401	,463	-1,060

Tabela C.2: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za stopnjo iskrene samopredstavitve

	Faktorska utež
iskr_sam_pomembnost1 Kreativen vzdevek.	,514
iskr_sam_pomembnost2 Stil vsebine.	,708
iskr_sam_pomembnost3 Vrsta informacij.	,570
iskr_sam_pomembnost4 Aktivnosti in dejanja.	,758
iskr_sam_pomembnost6 Popravljanje vsebine.	,639
iskr_sam_pomembnost8 Izražanje ne glede na mnenje drugih.	,541
iskr_sam_pomembnost9 Objavljanje brez omejitev.	,497
iskr_sam_strinjanje_5 nova	,456
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	35,27% (0,804)

Tabela C.3: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za ekstrinzično motivacijo

	Faktorska utež
mot_externalreg1 Pridobivanje odobravanja drugih uporabnikov.	,560
mot_externalreg2 Spoštovanje drugih uporabnikov.	,777
mot_externalreg3 Pričakovanja drugih uporabnikov.	,565
mot_introjectedreg1 Dokazovanje sebi, da zmorem.	,665
mot_introjectedreg2 Občutek ponosnosti samega nase.	,721
mot_introjectedreg3 Drugače bi imel slabo menje o sebi.	,621
mot_identifiedreg2 Osebni pomen pisanja sporočil.	,663
mot_identifiedreg3 Doseganje določenega načina življenja.	,661
mot_identifiedreg4 Pomoč pri doseganju pomembnih ciljev.	,676
mot_integratedreg1 Početje v življenju.	,503
mot_integratedreg2 Počutim se, kot del skupnosti.	,642
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	41,68% (0,882)

Tabela C.4: Faktorska analiza in Cronbachov alfa za intrinzično motivacijo

	Faktorska utež
mot_intrinsic1 Zabava.	0,824
mot_intrinsic2 Razburljivost.	0,798
mot_intrinsic3 Zanimivo.	0,830
mot_intrinsic4 Dobro počutje.	0,784
% pojasnjene variance (Cronbachov alfa)	65,46% (0,882)

PRILOGA D.1: TRANSKRIPT INTERVJUJA

Zdravo, hvala za čas, ki si si ga vzela za intervju. Intervju je povsem anonimen, pridobljeni podatki bodo uporabljeni le za akademske namene.

Si registrirana uporabnica Reddita?

Jana: Ja.

Se morda spomniš kako dolgo?

Jana: Za Reddit sem slišala že prej in kar nekaj časa spremljala vsebino kot neregistrirana uporabnica, predvsem kakšne smešne slike ali debate o določenih temah. Kot registrirana uporabnica pa sem ga začela uporabljati, ko sem prišla na fakulteto, torej 6 let nazaj.

Kaj je privedlo do tega da si se registrirala?

Jana: Vedno me je nerviralo, ko sem brala teme, ki so me zanimale in so ljudje pisali kakšne neumne komentarje. Potem sem s časom še sama želela sodelovati v teh debatah in želela povedati svoje mnenje o temi ali pa samo o tem, kako butasti so kakšni komentarji, ki jih dajo uporabniki.

Je bilo pričakovano od tebe, da se registriraš na Reddit?

Ne, nihče ni pričakoval tega od mene.

Si objavila kar koli vsaj enkrat, odkar si registrirana uporabnica?

Jana: Ja.

Uporabljaš na forumu svoje ime ali si si le-tega izmislila? Če je izmišljeno, ga ne potrebuješ povedati, saj je intervju anonimen.

Jana: Moje uporabniško ime je sestavljeno iz črk imena in priimka, ki so med seboj pomešane. Se mi zdi, da je na forumih velikokrat tako, tako da nisem niti razmišljala, da bi se prijavila s pravim imenom in priimkom, vendar mi to izmišljevanje uporabniškega imena velikokrat dela preglavice, saj se nikakor ne morem spomniti, kaj bi bila, in ko že dobim idejo, se največkrat zgodi, da mi na piše »Uporabniško ime je že zasedeno, prosim izberite drugo« (smeh) ali nekaj podobnega, takrat sem res jezna, ne želim imeti kar enih naključnih številčk poleg samo zato, ker ne morem imeti tistega, kar želim.

Si na drugih spletnih socialnih omrežjih, ki jih uporabljaš, prav tako prijavljena z izmišljenim uporabniškim imenom ali tam uporabiš pravo ime?

Jana: Sama uporabljam Facebook, Instagram in pišem blog predvsem o potovanjih. Na Facebooku in Instagramu se predstavljam s svojim imenom in priimkom, medtem ko se na blogu le z imenom.

Na spletnih socialnih omrežjih, ki si jih omenila, deliš informacije o sebi. Jih tudi na Redditu?

Jana: Moram reči, da na ostalih omrežjih povem več o sebi. Na Redditu predvsem všečkam objave ali komentarje in občasno komentiram. Je pa res, da če je kakšna specifična tema in da povem svojo izkušnjo, povem iz kje sem ali koliko sem stara ali da sem tudi jaz že zbolela za določeno stvarjo itd. Na primer zadnjič sem sodelovala v temi za izlete, povedala, da sem z Gorenjske in kam priporočam. Ne skrivam podatkov, vendar jih ne povem, če se mi ne zdi potrebno.

Katere subreddite spremljaš oziroma najpogosteje sodeluješ in zakaj?

Jana: Sama največkrat sodelujem v temah, ki govorijo o potovanjih. Velikokrat tudi objavim kakšno sliko od tam, kjer sem, ali kakšen smešen quote, ki ga zasledim na poti. Potovanja predstavljajo velik del mojega življenja, fino mi je, ko vidim, kje vse so ljudje, in dobim idejo, kaj bi si lahko ogledala, ko bom tam. Prav tako mi je všeč ideja, da podam mnenje, ki bo prišlo prav nekemu drugemu. Poleg spremljam prav tako kakšne subreddite kjer objavljajo smešne slike ali posnetke, saj se vsak rad nasmeji sem in tja. Ni tako?

Ti sodelovanje na Redditu, da občutek pripadnosti skupnosti?

Jana: Ja, na nek način res. Saj se me v temah, kjer veliko sodelujem, ljudje zapomnijo in me povprašajo za mnenje.

Pa se potem potruдиš in vložiš trud v svojo objavo?

Jana: Ja, seveda, ne glede na to, da stvar ne zgleda tako lepa kot na drugih socialnih omrežjih, je moj komentar nekemu vseeno pomemben na nek način, in če lahko kakor koli pomagam, se potrudim in probam podati čim boljše navodila.

Ti veliko pomeni, koliko všečkov prejme tvoja objava?

Jana: Ja, malo mi res. Vendar se mi zdi, da ne toliko na Redditu kot kje drugje, recimo na Instagramu. Se mi pa zdi tudi, da mi je na začetku to veliko več pomenilo, kot mi pomeni sedaj. Je pa seveda fino videti, ko je tvoja objava na vrhu.

Ali morda potem objaviš vsebino, ki tebi ni smešna oziroma všeč pa veš, da bi drugim lahko bila?

Jana: Ne bi rekla. Na Instagramu objavim slike, na katerih sem pa mi niso všeč (smeh), in na koncu dobijo kar lepo število všečkov. Medtem ko na Redditu ne počnem tega.

Omenila si da poleg uporabe Redditu pišeš še blog, si prijavljena na Facebooku in Instagramu, drži?

Jana: Drži, zdi se mi, da je to to.

Bi lahko za omenjena spletna socialna omrežja povedala, na katerem preživiš koliko časa?

Jana: Huh, dnevno?

Kakor ti je lažje.

Jana: Rekla bi, da največ časa preživim na Instagramu. Saj ko enkrat začnem gledati objave drugih, kar ne morem nehati. Drugi bi bil Facebook, samo se mi zdi, da bolj za klepetanje z drugimi preko Messengerja. Najmanj pa bi rekla, da mi vzame Reddit.

Kaj pa blog?

Jana: Ajaaaa saj res! Ja, ta bi rekla, da mi vzame največ časa, ampak samo takrat kadar sem na potovanju oziroma ko se vrnem, kakor kdaj, oziroma kolikor časa si vzamem vmes. Hm, ok, rekla bi tako. Dnevno zapravljam čas na Instagramu in Facebooku. Blog pišem 1x do 2x mesečno, to takrat, ko sem doma, v Sloveniji, saj takrat opišem kakšen izlet, kamor grem, 2x do 3x na leto pa malo več, odvisno, na kako dolgo potovanje grem. Reddit pa tako no, občasno malo pofirbcam, sama pa sodelujem le redko, parkrat letno.

Mi za konec zaupaš prosim še letnico rojstva?

Jana: Seveda, 1992.

Najlepša hvala za sodelovanje!

PRILOGA D.2: TRANSKRIPT INTERVJUJA

Zdravo, hvala za čas, ki si si ga vzela za intervju. Intervju je povsem anonimen, pridobljeni podatki bodo uporabljeni le za akademske namene.

Si registrirana uporabnica Reddita?

Urša: Ja.

Se morda spomniš, kako dolgo?

Urša: Zdi se mi, da ne tako zelo dolgo. Samo kaj jo čas tako hitro beži in zares nimam občutka. Hm, recimo, da ene 3 leta.

Kaj je privedlo do tega, da si se registrirala?

Urša: Na fakulteti smo delali eno raziskovalno nalogo. Jaaaa! To bo to, točno tri leta je od tega. Prijavila sem se, da sem videla, kako ta stvar sploh deluje. Ne bi rekla, da me je takrat res zanimalo zaradi sebe.

Te je zanimal predmet, za katerega si imela omenjeno raziskovalno nalogo?

Urša: Kaj pa vem, ali ja in ne, prijavit sem se morala ne glede na to, ali me je zanimal ali ne, da sem lahko opravila predmet. Saj veš, kako je to. (smeh)

Si objavila kar koli vsaj 1x, odkar si registrirana uporabnica?

Urša: Po mojem, da ravno enkrat. (smeh). Polajkam pa kakšno objavo ali komentar sem ter tja.

Uporabljaš na forumu svoje ime ali si si le tega izmislila? Če je izmišljeno, ga ne potrebuješ povedati, saj je intervju anonimen.

Urša: Ah, kje, da bi uporabljala svoje ime. Uporabila sem ime, ki sem ga uporabljala na enem izmed forumov, na katerega sem se prijavila iz lastnega zanimanja.

Na katerih spletnih socialnih omrežjih si še prisotna?

Urša: Facebook, Instagram, YouTube.

Si na drugih spletnih socialnih omrežjih, ki jih uporabljaš, prav tako prijavljena z izmišljenim uporabniškim imenom ali tam uporabiš pravo ime?

Urša: Na Facebooku uporabljam ime in priimek, prav tako na Instagramu, vendar imam drugačen nickname. Na YouTubeu pa imam izmišljenega kot na Redditu.

Ali na spletnih socialnih omrežjih, ki si jih omenila, deliš informacije o sebi. Jih tudi na Redditu?

Urša: Na Facebooku in Instagramu ja, na YouTubeu pa prav tako ne kot tudi ne na Redditu. Ne, ker ne bi želela, samo se mi ne zdi nujno.

Katere subreddite spremljaš oziroma najpogosteje sodeluješ in zakaj?

Urša: Spremljam le subreddite o živalih, pa potem še raznorazne smešne videe in memete.

Se počutiš del skupnosti s tem, ko si registrirana uporabnica Reddita?

Urša: Ne zares, morda ker niti ne vložim truda.

Torej se ne potruдиš niti za komentarje, ki jih objaviš?

Urša: Ne, ne vlagam zares truda kot na kakšnem drugem omrežju.

Ti veliko pomeni, koliko všečkov prejme tvoja objava?

Urša: Glede na to, da Reddita ne uporabljam z največjim veseljem, moram reči, da če se slučajno moja objava znajde med top objavami, dobim kar nek nov zagon in večkrat obiščem Reddit. Samo potem spet nič ne objavim in sem kaj kmalu spet tam, kjer sem bila, ko mora čakati pol leta da ga spet odprem.

Omenila si, da si poleg uporabe Reddita prijavljena na Facebooku in Instagramu in YouTubeu, drži?

Urša: Ja.

Bi lahko za omenjena spletna socialna omrežja povedala, na katerem preživiš koliko časa? Prav tako za Reddit.

Urša: Največ časa preživim na Instagramu in YouTubeu, omenjena dva uporabljam vsakodnevno. Na Facebook kdaj pa kdaj pozabim, medtem ko Reddit kakšen teden lahko odpiram vsak dan, potem pa nanj pozabim za par tednov in ponovno isto.

Mi za konec zaupaš prosim še letnico rojstva?

Urša: 1996

Najlepša hvala za sodelovanje!

PRILOGA D.3: TRANSKRIPT INTERVJUJA

Zdravo, hvala za čas, ki si si ga vzel za intervju. Intervju je povsem anonimen, pridobljeni podatki bodo uporabljeni le za akademske namene.

Si registriran uporabnik Reddita?

Tim: Ja.

Se morda spomniš, kako dolgo?

Tim: Ne ravno od začetka ustanovitve Reddita, je pa minilo že dobrih 10 let.

Kaj je privedlo do tega, da si se registriral?

Tim: Rekel bi, da predvsem firbec.

Torej registracija ni bila pričakovana od tebe?

Tim: Ne.

Si objavil kar koli vsaj 1x, odkar si registriran uporabnik?

Tim: Ah, kje, da bi samo enkrat. Ko sem se prijavil, sem sodeloval cel čas, objavljaj slike, lajkaj posnetke in komentarje. Vmes malo manj, sedaj pa sem spet notri padel.

Uporabljaš na forumu svoje ime ali si si le tega izmislil? Če je izmišljeno, ga ne potrebuješ povedati, saj je intervju anonimen.

Tim: Ime je izmišljeno, in sicer je moj vzdevek, ki so mi ga nadel prijatelji na podlagi mojega načina vožnje. Zdi se mi, da se na forumih nihče ne predstavlja s svojim imenom in priimkom. Morda sem kakšno ime še kdaj zasledil, priimka se mi zdi, da ne.

Na katerih spletnih socialnih omrežjih si še prisoten?

Tim: Twitter, FB, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok.

Si na drugih spletnih socialnih omrežjih, ki jih uporabljaš prav tako prijavljen z izmišljenim uporabniškim imenom ali tam uporabiš pravo ime?

Tim: Na FB-ju, Twitterju, Instagramu uporabljam svoje pravo ime in priimek. Na YouTube sem prijavljen s svojim gmail računom. Na Snapchatu in TikToku pa imam izmišljenega.

Ali na spletnih socialnih omrežjih, ki si jih omenil, deliš informacije o sebi. Jih tudi na Redditu?

Tim: Na FB-ju in Instagramu ja. Na Twitterju imam objavljeno povezavo na Instagram profil, tako da tudi na nek posreden način ja. Na Snapchatu in TikToku pa se mi zdi, da tudi na nek način delim podatke o sebi. Ne dobesedno. Samo objavljam slike in videe, ki razkrivajo del mojega življenja. Na Redditu prav tako ne dobesedno, lahko se opazijo moja zanimanja, vendar to vseeno ni tako očiten način, kot na drugih omrežjih, ko nekdo lahko pride na tvoj zid in vidi objave, komentarja itd.

Katere subreddite spremljaš oziroma najpogosteje sodeluješ in zakaj?

Tim: Glasba in avtomobili definitivno, s tem se ukvarjam in v tem prežim največ časa, prostega ali službenega, zato tudi te subredditi. Potem pa še kakšni smešni videi za lepši dan.

Z avtomobili in glasbo se ukvarjaš v službenem času?

Tim: Samo z avtomobili.

Slediš omenjenim subredditom potem zaradi potrebe po rešitvi kakšne težave v službenem času?

Tim: Ne, ne bi rekel. Tem subredditom sledim že od nekdaj, tudi Komotarja na YouTubeu spremljam že kar nekaj časa. Za nobeno od omenjenih stvari ne bi rekel, da je zaradi službe, prej je služba zaradi tega, ker je še spodbujalo moje zanimanje.

Ti veliko pomeni, koliko všečkov prejme tvoja objava?

Tim: Ja in ne. Če je posnetek nečesa, za kar sem se sam potrudil in objavim povezavo nanj, potem ja, drugače niti ne. Sam posnamem par videov o glasbi in avtomobilih jih objavim na YouTube in sem ter tja kakšnega delim na Redditu. Seveda je vsakdo rad pohvaljen za svoje delo, zato sem vesel kakršnega koli odziva. Tudi kritika je za nekaj dobra, saj tako lažje dojamem, kje delam napake.

Omenil si, da poleg uporabe Reddita uporabljaš še Twitter, FB, Instagram, YouTube, Snapchat in TikTok, drži?

Tim: Ja.

Bi lahko za omenjena spletna socialna omrežja povedal, na katerem preživiš koliko časa? Vključno z Redditom.

Tim: YouTube, TikTok, Instagram in FB uporabljam dnevno. Twitter in Snapchat pa bi rekel, da parkrat mesečno.

Mi za konec zaupaš prosim še letnico rojstva?

Tim: 1990

Najlepša hvala za sodelovanje!

PRILOGA D.4: TRANSKRIPT INTERVJUJA

Zdravo, hvala za čas, ki si si ga vzel za intervju. Intervju je povsem anonimen, pridobljeni podatki bodo uporabljeni le za akademske namene.

Si registriran uporabnik Reddita?

Jon: Da.

Se morda spomniš, kako dolgo?

Jon: Huh, ene 9 let.

Kaj je privedlo do tega, da si se registriral?

Jon: Spomnim se, da sem za Reddit slišal od kolegov, saj so ga takrat vsi uporabljali.

Je razlog za registracijo potem, da bi bil enak kakor kolegi ali lastno zanimanje?

Jon: Začel sem spremljati zaradi njih, s časom našel subreddite, ki so me zanimali, in se na podlagi tega odločil, da se registriram, predvsem da lahko bolj kot ne sledim samo temam, ki me zanimajo.

Bi rekel, da ne glede na to, da so bili vsi prijatelji registrirani uporabniki, ni bilo na nek način pričakovano, da se registriraš tudi ti?

Jon: Hm ... Če dobro razmislim ... Ja. Morda pa je bilo tudi nekaj na tem, vedno se v družbi najde nekdo tak, ki nas nekako še malo bolj spodbuja, da se vključimo v določeno stvar. Ja, potegnilo me je zaradi družbe.

Si objavil kar koli vsaj enkrat, odkar si registriran uporabnik?

Jon: Sem, ja.

Uporabljaš na forumu svoje ime ali si si le tega izmislil? Če je izmišljeno, ga ne potrebuješ povedati, saj je intervju anonimen.

Jon: Moje uporabniško ime je izmišljeno, in sicer je sestavljeno iz črk imena in priimka.

Na katerih spletnih socialnih omrežjih si še prisoten?

Jon: Na YouTubu, Facebooku, Instagramu in Twitterju.

Si na drugih spletnih socialnih omrežjih, ki jih uporabljaš prav tako prijavljena z izmišljenim uporabniškim imenom ali tam uporabiš pravo ime?

Jon: Na vseh ostalih omrežjih, ki jih uporabljam, sem prijavljen s pravim imenom in priimkom.

Ali na spletnih socialnih omrežjih, ki si jih omenil, deliš informacije o sebi. Jih tudi na Redditu?

Jon: Edino na YouTubu bi rekel, da ne, drugje imam povsod objavljeno nekaj o sebi. Huh, kaj pa vem za Reddit. Morda na nek način? Ampak v drugačnem smislu kot pri ostalih. Morda bolj s komentiranjem in lajkanjem pokažem svoje interese, je pa res, da ti niso zares sledljivi.

Katere subreddite spremljaš oziroma najpogosteje sodeluješ in zakaj?

Jon: Sledim znanosti zgolj iz zanimanja. Prav tako ustvarjalnim zgolj iz zanimanja, se ne ukvarjam s tem, čeprav bi si želel. Potem pa spotoma še novice.

Se s sodelovanjem počutiš kot del skupnosti?

Jon: Na začetku se nisem niti približno, sedaj se malo bolj, seveda je to odvisno od mojih dejavnosti.

Ti veliko pomeni, koliko všečkov prejme tvoja objava?

Jon: Ne zares. Če povem za druga spletna socialna omrežja, kjer sem prijavljen in je krog ljudi, ki ti sledi, bolj kot ne prijateljski. Ja ... Takrat sem bil mnenja, da kolikor lajkov si dobil pri objavi, s toliko ljudmi si si bil dober. Ampak tega ne mislim več niti tega nikoli nisem mislil za Reddit. Včasih se mi fino zdi, ko kak moj komentar prejme precej odobravanja, kar se pa tiče vsebine, ki jo objavim, pa ne, vsakdo od nas zna kopirati in prilimati link do vsebine, ki je ni sam napravil.

Omenil si, da poleg uporabe Reddita na Facebooku, Instagramu Twitterju in YouTubu, drži?

Jon: ja.

Bi lahko za omenjena spletna socialna omrežja povedal, na katerem preživiš koliko časa?

Jon: Največ časa bi rekel, da preživim na YouTubu, sledi mu Facebook, uporabljam ju dnevno. Medtem ko Instagram in Twitter uporabljam zelo redko, včasih tudi cel mesec ne.

Kaj pa Reddit?

Jon: Ajaaa, saj res! Malo manj kot YouTube in Facebook, recimo, da tedensko.

Mi za konec zaupaš prosim še letnico rojstva?

Jon: 1983.

Najlepša hvala za sodelovanje!

PRILOGA D.5: TRANSKRIPT INTERVJUJA

Zdravo, hvala za čas, ki si si ga vzel za intervju. Intervju je povsem anonimen, pridobljeni podatki bodo uporabljeni le za akademske namene.

Si registriran uporabnik Reddita?

Nal: Mhm.

Se morda spomniš, kako dolgo?

Nal: Natanko 5 let.

Kaj je privedlo do tega, da si se registriral?

Nal: Zanimanje za teme, ki temeljijo na tehnologiji, želja po sodelovanju v teh temah. To bo to.

Bi rekel, da je bila registracija od tebe na kakršen koli način pričakovana?

Nal: Definitivno ne.

Si objavil kar koli vsaj enkrat, odkar si registriran uporabnik?

Nal: Sem, ja, predvsem vprašanja pod kakšno zanimivo temo, včasih sem tudi sam imel kaj pametnega za povedat.

Uporabljaš na forumu svoje ime ali si si le tega izmislil? Če je izmišljeno, ga ne potrebuješ povedati, saj je intervju anonimen.

Nal: Moje uporabniško ime je izmišljeno, tako kot se mi zdi, da večina. Je pa kombinacija imena mojega psa in njegove namišljene supermoči. (smeh)

Na katerih spletnih socialnih omrežjih si še prisoten?

Nal: Twitter, Fb, Instagram, LinkedIn.

Si na drugih spletnih socialnih omrežjih, ki jih uporabljaš prav tako, prijavljen z izmišljenim uporabniškim imenom ali tam uporabiš pravo ime?

Nal: Uporabljam pravo ime.

Ali na spletnih socialnih omrežjih, ki si jih omenil, deliš informacije o sebi. Jih tudi na Redditu?

Nal: Na vseh razkrivam informacije o sebi, največ pa na LinkedInu, saj ga uporabljam s tem namenom, da ljudje izvedo nekaj o meni. Na Redditu sem in tja izdam kakšen podatek v komentarju, največkrat nezavedno, vendar me niti ne moti.

Katere subreddite spremljaš oziroma najpogosteje sodeluješ in zakaj?

Nal: Sodelujem v subredditih, ki se navezujejo na znanost in tehnologijo (smeh) in pa seveda rad gledam slike in posnetke domačih živali. Zадnje zato, ker se nasmejim in me spravi v dobro voljo. Znanost in tehnologijo pa zato, ker se mi zdi, da sem se v tem res našel.

Se potruдиš za vsebino, ki jo objaviš?

Nal: Po mojem mnenju ne, samo napišem, kar mi v danem trenutku pade na pamet.

Ti veliko pomeni, koliko všečkov prejme tvoja objava?

Nal: Ne, nikoli mi ni na noben omrežju, ne potrebujem te vrste pozornosti. Prisoten sem zgolj zaradi zanimanj, več pa mi pomenijo pristni odnosi z ljudmi, kot da bi imel ne vem koliko všečkov, na koncu pa bil v realnem življenju brez prijateljev.

Se počutiš del skupnosti?

Nal: Ja, po teh letih sodelovanja se definitivno počutim kot del skupnosti.

Omenil si, da poleg uporabe Reddita uporabljaš še Twitter, FB, Instagram in LinkedIn, drži?

Nal: Ja.

Bi lahko za omenjena spletna socialna omrežja povedal, na katerem preživiš koliko časa?

Nal: Najmanj časa preživim na LinkedInu, saj ga po mojem mnenju tudi zahteva najmanj. Dnevno bi rekel, da uporabljam Twitter in Reddit. FB predvsem za komunikacijo, Instagram pa sem ter tja, nisem niti zares aktiven uporabnik.

Mi za konec zaupaš prosim še letnico rojstva?

Nal: 1994

Najlepša hvala za sodelovanje!