

Gyakran internetező kommunikációs (Internet- és mobilhasználati) szokásait vizsgáltuk Interneten kitölthető kérdőívekkel. Az adatokból részben általános kérdésekre kerestük a választ. Az eredmények egy részét elővetítve a gyakran Internetet használók közt nem jellemző a függő vagy „elidegenedett” típusú használat, amely utóbbi jól elkülöníthető más intenzív háló használatától. Az Internetet intenzíven használók közt az e-mail domináló kommunikációs eszközzé lépett elő más kommunikációs eszközökhöz képest. Nem igazolódott azok aggálya, akik a hitelesség hiányát érezték veszélynek: a használókban kialakulnak olyan módszerek, amelyek számon tartják a forrás megbízhatóságát. Igazolódni látszanak azonban a munkaadók aggályai, miszerint a munkavállalók, ha tehetik, munkaidőben szívesen használják azokat a kommunikációs lehetőségeket, amelyekkel diszkréten magánügyeiket intézhetik. A konkrét eredmények előtt tekintsük át az Internet hatásait taglaló elképzelések főbb típusait.

Az új kommunikációs technikák megjelenésével, mint amilyen a mobil telefon vagy az Internet, felmerül a kérdés, hogy ezek az új lehetőségek mennyire változtatják meg a kommunikációs szokásainkat, illetve tágabb értelemben, az új technika mennyire hat általában a személyiségünkre, kognitív feldolgozási folyamatainkra, szociális viszonyainkra.

A változással kapcsolatosan három táborra különíthetünk el. Az első csoport az *optimisták* táborá. Szerintük az új technikákkal radikális és persze pozitív változásokon megy keresztül a kommunikáció: bármikor elérhetjük szeretteinket, hatékonyabbá válik a munka – akár a szervezés, akár az információszerezés terén kitágulnak a lehetőségek.¹ Az előnyök megjelenhetnek azonban a tudományos életben is.² Egy egzotikusabb elképzelés szerint a multimédiás alkalmazások a gon-

¹ A szociálpszichológiai vonatkozásokról lásd P. Wallace, *The Psychology of the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

² Egy kezdeményezés, amely a tudományos publikációk ingyenes elérhetőségét szeretné elérni: S. Harnad, „The self-archiving initiative”, *Nature* 410 (2001), 1024–1025.o. A tudományos munka általánosabb kérdéseivel foglalkozik Laki J. – Palló G., „A tudományos kommunikáció átalakulása”, a Nyíri K. által szerkesztett *Mobil információs társadalom* c. kötetben, Budapest: MTA Filozófiai Kutatóintézete, 2001, 101–109.o.

dolkodás és a kommunikáció természetesebb és könnyebb módját hozhatják el.³

A másik tábor a *pesszimisták* tábor. Szerintük számtalan negatív hatása van az új lehetőségeknek: máris sokan függővé váltak az Internettől és a mobiltól; a nyelvet újabb veszély fenyegeti, és ismét romlásnak indul;⁴ az Internet elszigetel és a depresszió esélyét növeli; az SMS-ezők és a billentyűzet-használók üzleti problémáktól szenvedhetnek. Az agresszív játékok agresszívvá teszik a gyerekeket.⁵

A harmadik táborba a *stabil biológiai rendszerek hívei* tartoznak. Szerintük a helyzet radikálisan nem változik, ugyanis az evolúció jónéhány igényt és lehetőséget stabilan belénk huzalozott, amelyet a kultúra eszközei sem tudnak megváltoztatni. Nem válhat valóra emiatt egy orwelli rémálom, hiszen az ember hosszabb távon képtelen elviselni a magányt vagy például az információ terjedésének korlátozását. Azonban a másik oldalon pl. nem várható az sem, hogy előítéleteinktől végleg megszabadulunk, hiszen korábban hatékony stratégia volt utálni más csoportokat, és ezt az örökségünket sem tudjuk teljesen levetkőzni. A csoport egyik neves képviselője⁶ számos példát hoz fel például a csevegőszobákkal és egyebekkel kapcsolatban, amelyek a hagyományos motivációs és kognitív rendszerbe illeszkednek. A tábor szerint azok válnak Internet- vagy mobilfüggővé, akik egyébként is függővé válnának, csak a függőség tárgya változik. Az Plaza-cicák SMS használata sem rontja a nyelvünket,⁷ mert ők előtte sem arany magasságokban szárnyaltak, és a technikai korlát egyébként újabb, kreatív megoldásokat is magával hoz. A kognitív architektúrák változási lehetőségei és a motivációs rendszer változásai korlátozottak.⁸ Az olvasás pedig nem változik meg a hipertext hatására, hanem ellenkezőleg: a weboldalak szerkesztési elvei idomulnak a viszonylag merev rendszerhez.⁹ Más adatok szerint az emberek az új helyzetben is ragaszkodnak identitásukhoz.¹⁰

³ Nyíri K., „A gondolkodás képelmélete”, http://www.uniworld.hu/nyiri/ELTE_2000_conf/tlk.htm.

⁴ Az ellenérveket is lásd Sándor K., „Mobiltársadalom és nyelvhasználat: Valami új vagy újra a régi?”, a *Mobil információs társadalom* c. kötetben, id. kiad., 83–93.o.

⁵ Az empirikus eredményeket tekinti át Sindelyes A., „Számítógépes játékok és erőszak”, <http://www.pszichologia.hu/cikk/cikk.phtml?id=19>.

⁶ R. I. M. Dunbar, *Grooming, Gossip and the Evolution of Language*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

⁷ Csépe V., „Kognitív fejlődés és mobil információs társadalom”, a *Mobil információs társadalom* c. kötetben, id. kiad., 75–82.o.

⁸ Pléh Cs., „A kognitív architektúra módosulásai és a mai információtechnológia”, a *Mobil információs társadalom* c. kötetben, id. kiad., 63–74.o.

⁹ Krajcsi A. (előkészületben), „Hogyan használjuk helyesen a linkeket?”

¹⁰ J. Suler, „The Psychology of Avatars and Graphical Space in Multimedia Chat Communities”, Id. <http://www.rider.edu/users/psyber/psyav.html>. További példák az Internet kapcsán: Krajcsi A., „Az Internettel kapcsolatos régi problémák”, JEL-KÉP 2000/3, 3–9.o.

Az Internettel kapcsolatos álláspontokat elkülöníthetnénk más kritériumok szerint is, ám ezt a felosztást azért tartjuk fontosnak, mert mintha a vitázók a feltételezett hatásokat nem konkrét adatok, hanem általános beállítottságuk alapján feltételeznék. Adatokkal alig rendelkezik bárki is, és mindenki vérmérséklete és előzetes elképzelései alapján „dönt” valamilyen álláspont mellett.

Vizsgálatunkban ennek a főként elméleti síkon zajló vitának szeretnénk empirikus támpontokat nyújtani. Egy kérdőíves vizsgálatot végeztünk el annak érdekében, hogy kiderítsük, hogy az intenzív Internet használók milyen kommunikációs szokásokkal rendelkeznek.

Módszer

Az Interneten elhelyezett kérdőívet tölthettek ki a résztvevők, önkéntes alapon.¹¹ A kitöltés nagyjából 5–10 percet igényelt, ami webes viszonylatban hosszúnak számít – az emberek többsége nem szánna ennyi időt egy kérdőív kitöltésére böngészés közben.

A kérdőívet a Pszichológia Online (www.pszichologia.hu) oldalán helyeztük el. A résztvevők a kérdőívről a Pszichológia Online Hírleveléből, illetve a Pszichológia Online-on és a Búrán (a Korridor pszichológiai tematikus alsite-ján) elhelyezett hirdetésekkel értesülhettek, továbbá néhány szakmai listára kiküldött levélből tudhattak a kérdőívről.

2001 augusztusában, két hét alatt 110-en töltötték ki a kérdőívet.

A mintavétel jellegzetességéből adódóan a minta természetesen nem reprezentatív a teljes lakosságra nézve, azonban előre lehetett sejteni, hogy a kitöltők az intenzív Internet felhasználók közül kerülnek ki, és a nők lesznek túlsúlyban.

Eredmények és értelmezés

Demográfiai jellemzők

Férfiak	Nők
38,5%	61,5%

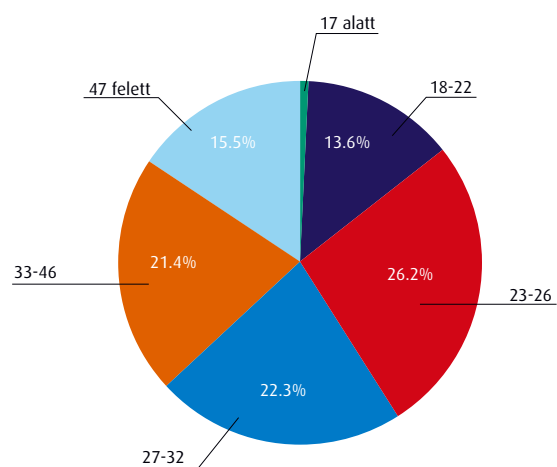
1. táblázat A válaszadók megoszlása nem szerint

A nők valamennyivel többen vannak, ami eltér ugyan az Interneten megszo-

¹¹ A teljes kérdőív megtekinthető az alábbi címen: <http://www.jate.u-szeged.hu/~krajcsi/publikac/mobil/kerdoiv.htm>.

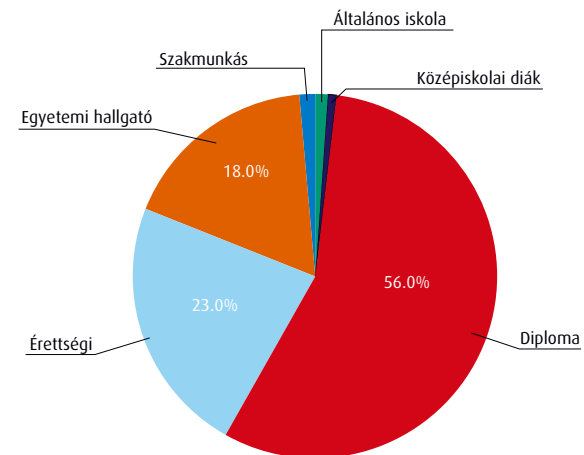
Mindez annak köszönhető, hogy a pszichológiát a hazai portálok elsősorban az „egészség” kategóriába helyezik, amit főként nők látogatnak, és ők jutnak el a fenti site-okhoz is.

Később összehasonlítottuk a férfiak és nők kommunikációs szokásait. A nők kevesebb e-mailt kapnak és küldenek (varianciaanalízis: e-mailt kap munkanapon: $F=4,852$, $p<0,05$, e-mailt kap szünnapon: $F=8,893$, $p<0,01$, e-mailt küld szünnapon: $F=6,002$, $p<0,01$). A többi kommunikációs eszköz használatában azonban nincs különbség. Vagyis nem arról van szó, hogy a nők nem használják az Internetet, hiszen a böngészésben nincs különbség a nemek közt, hanem hogy valami miatt az e-mailés kommunikációt a nők nem kedvelik.



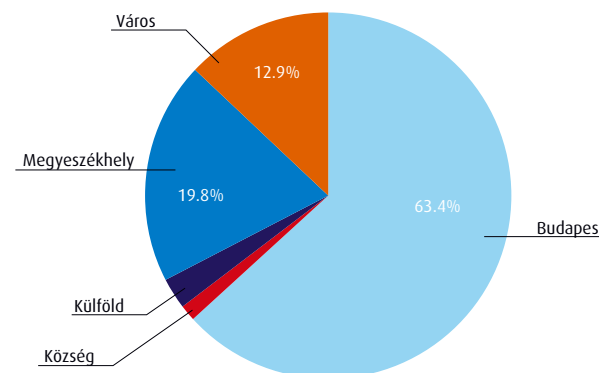
1. ábra A válaszadók megoszlása kor szerint

A korok megoszlásában az lehet érdekes, hogy a válaszadók közel fele túl van a harmincon, holott az Internetet eddig a legfiatalabbak dominálták. A korok szerinti megoszlásban nem találtunk könnyen értelmezhető különbségeket a kommunikációs szokásokban.



2. ábra A válaszadók megoszlása iskolai végzettség szerint

A résztvevők meglehetősen jól képzettek, ami az Interneten megszokott. Itt kevésbé lenne értelme képzettség szerinti kommunikációs különbségeket keresni, hiszen a minta meglehetősen homogén, és a képzettséggel szorosan összefügg itt a kor is.

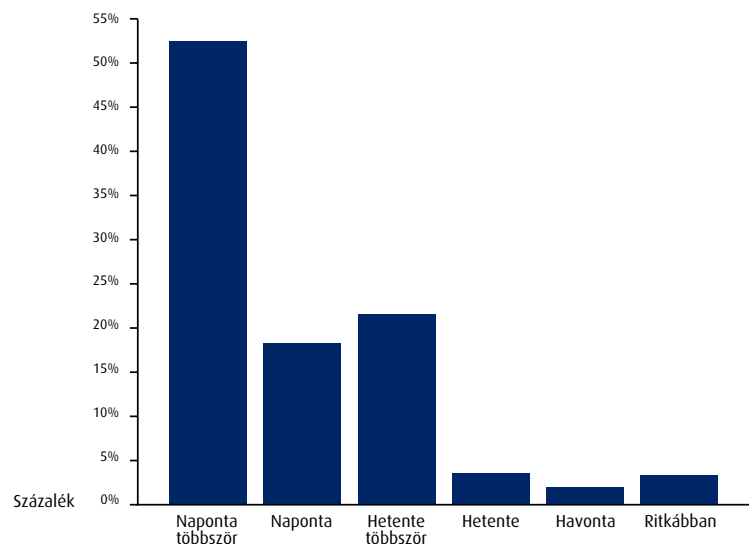


3. ábra A válaszadók megoszlása lakóhely szerint

A résztvevők túlnyomórészt városiak, azon belül budapestiek, ami az Interneten ugyancsak megszokott. A lakóhely szerinti megoszlásban nem találtunk könnyen értelmezhető szignifikáns különbséget.

Internethasználat

Az első kérdéssorozat a különböző Internet eszközök használatára vonatkozott.



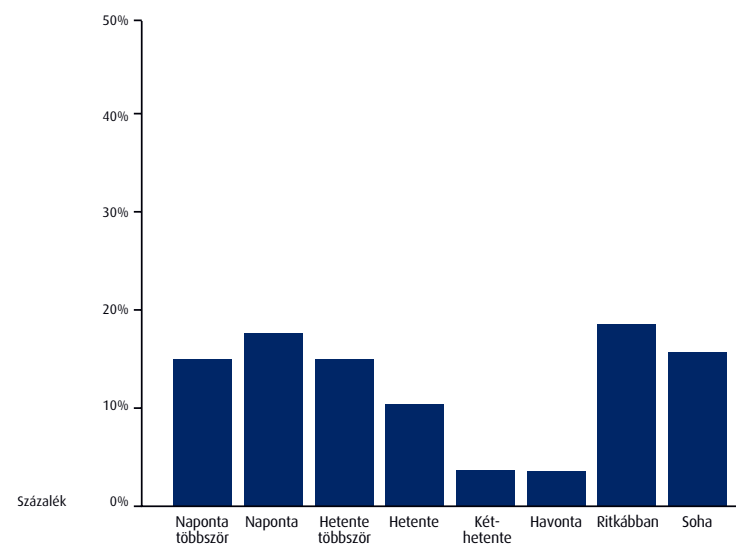
4. ábra Milyen gyakran használ e-mailt?

A megkérdezettek igen gyakran használják az elektronikus levelezést – többségük naponta, akár többször is. Megkérdeztük ezen belül, hogy mennyit használ e-mailt ismerősökkel való kapcsolattartásra, illetve mennyit levelezik olyan személyekkel, akiket csak az Internetről ismer. Az adatok szerint általában ismerőssel tartanak ilyen formán kapcsolatot (a válaszadók közel fele legalább naponta ír levelet ismerősöknek), ám nem gyakori, hogy olyan személlyel leveleznek, akiket csak az Internetről ismernek (a résztvevők 11 százaléka teszi legalább naponta). A két lehetőség közti különbség szignifikáns (Wilcoxon-próba: $Z=-7,099$, $p<0,01$).

Az egyik félelem az Internettel kapcsolatban az, hogy elidegenít, és mesterséges kapcsolatok alakulnak ki. Az adatok azt mutatják, hogy nem ez jellemző. Valóban megnyugtató adat az lenne, ha a változásokat is nyomon tudnánk követni, vagyis hogy az új kommunikációs forma az e-mail előtti időszakhoz képest mennyire vetette vissza az egyéb kapcsolattartási módokat. Más tanulmányok azt jelzik, hogy az e-mail nem szorítja vissza a hagyományos kommunikációt:

Wellman egy korábbi vizsgálata szerint¹² az e-mail egyáltalán nem csökkenti a többi kommunikációs csatorna használatát; Dimmick és munkatársai szerint¹³ pusztán a vonalas telefonos beszélgetések egy része „költözött át” e-mailre. Hozzá kell tennünk, hogy az „ismeretlenekkel” való levelezés egy jelentős része szakmai ismeretek cseréjét, szakmai segítségnyújtást jelent, és nem más úton hiányolt emocionális-szociális támogatást. A helyzet tehát a mi értelmezésünkben nem nevezhető elidegenedettnek, és nem silányítja el a kapcsolatokat.

A megkérdezettek még kevesebbet e-maileznek levelezési listán az „idegekkel” való levelezéshez képest (Wilcoxon-próba: $Z=3,144$, $p<0,01$):



5. ábra Milyen gyakran használ levelezési listát?

Érdekes módon a levelezési lista használatának grafikonja kétcsúcsú eloszlást mutat. Érdekes összehasonlítani a két csoportot. Azok, akik gyakran használják a levelezési listákat a kevesebbet használókhoz képest, több e-mailt kapnak munkanapon (két mintás t-próba: $t=1,965$, $p<0,05$), több e-mailt kapnak szünnapon ($t=2,635$, $p<0,02$), kevesebb időt töltenek vonalas telefonnal ($t=2,458$, $p<0,02$), inkább használják a vonalas telefont magánügyekre délelőtt ($t=2,334$, $p<0,05$), pusztán a kapcsolat kedvéért inkább használják mobilt ($t=2,215$,

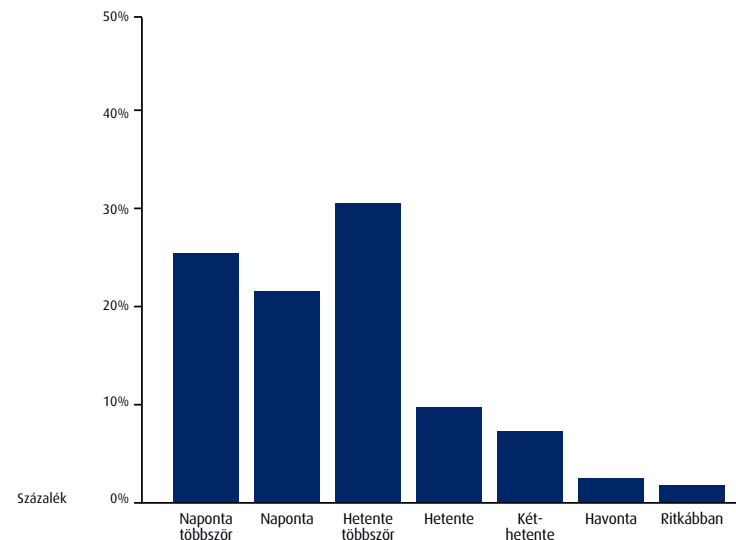
¹² Idézi B. Wellman, „Computer Networks As Social Networks”, *Science* 293, 2001, 2031–2034.o.

¹³ Idézi Wellman, i.m.

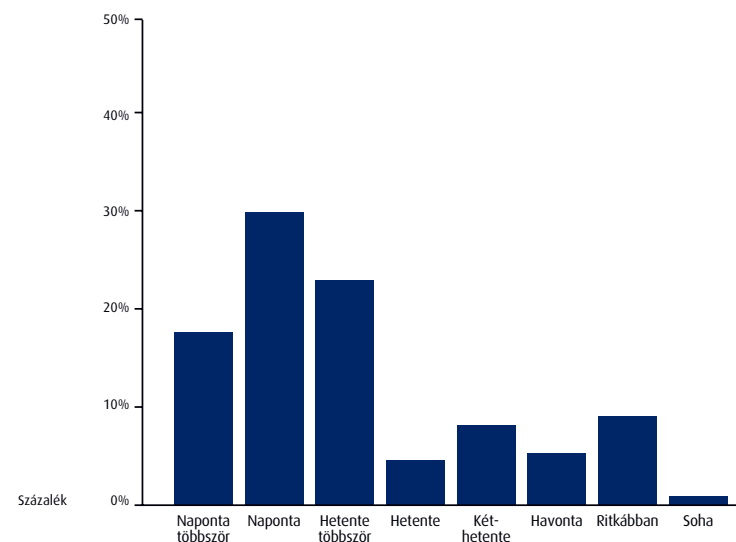
$p < 0,05$), munkához inkább használnak csevegő csatornát ($t = 3,714$, $p < 0,01$), munkához inkább használnak személyes kapcsolatot ($t = 3,533$, $p < 0,01$), barátokkal inkább beszélnek mobilon ($t = 0,969$, $p < 0,05$), barátokkal inkább találkoznak személyesen ($t = 2,483$, $p < 0,02$), munkatársaikkal inkább használnának csevegést ($t = 2,786$, $p < 0,01$), inkább használnak mobilt Internetről ismert személlyel ($t = 2,390$, $p < 0,02$), munkánál inkább kerülik a személyes találkozást ($t = 2,051$, $p < 0,05$), szerelmükkel inkább kerülik a vonalas telefont ($t = 2,210$, $p < 0,05$), családtaggal inkább kerülik a vonalas telefont ($t = 2,445$, $p < 0,02$), a mobil telefont kevésbé gondolják gyorsnak ($t = 2,035$, $p < 0,05$), a vonalas telefont kevésbé gondolják személyesnek ($t = 2,386$, $p < 0,02$), és végül a személyes találkozást kevésbé találják személyesnek ($t = 2,445$, $p < 0,02$).

Természetes, hogy a levelezési lista használói több levelet kapnak, nyilván éppen a listahasználat miatt. A levelezési lista használók szívesebben használják a mobiljukat, és kevésbé szívesen a vonalas telefont. Ez talán a technikai újdonságokra való fogékonysággal magyarázható, mint ahogyan majd a későbbiekben is találunk erre utaló adatokat. Talán ennek köszönhető az is, hogy kevésbé idegenkednek a csevegő csatorna használatától. Láthatunk egy látszólagos ellentmondást: a munkához egyszerre használnak inkább személyes kapcsolatot és ugyanakkor kerülik is. A levelezési listát használók 27%-a használná a személyes kapcsolatot munkához, szemben a nem-használók 4 százalékával. Ehhez képest a listahasználók 6 százaléka kerülne a nem listát használók 0 százalékával szemben. A többi adatot is figyelembe véve azt az érdekes eredmény látjuk, hogy a listahasználók szívesebben használják a személyes kapcsolatot. Ismét egy arra utaló jel, hogy azok, akik az internetes kommunikációt intenzíven használják, nem szigetelődnek el.

A megkérdezettek hasonló gyakorisággal használják a netet böngészésre, mint levelezésre (Wilcoxon-próba, nem szignifikáns a különbség).



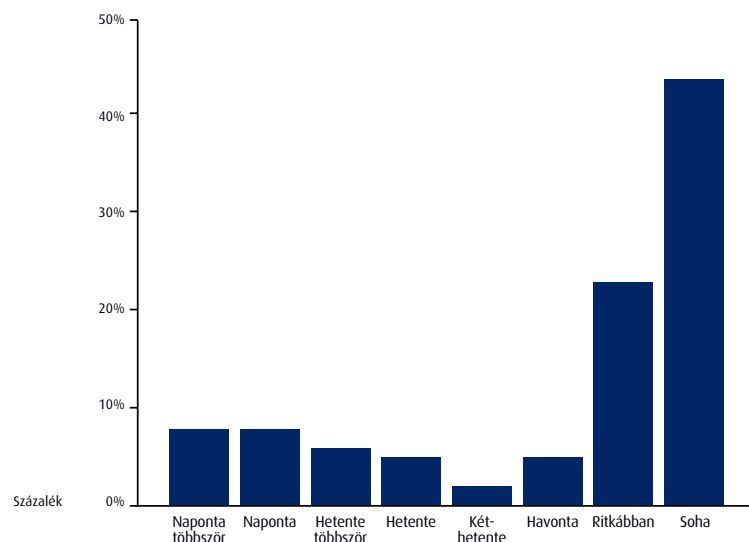
6. ábra Böngészés információkeresési céllal



7. ábra Böngészés szórakozási céllal

A böngészést elsősorban információkeresésre és szórakozásra használják, ezzel szemben nem intézik ügyeiket gyakran a világhálón (utóbbi grafikonja itt nem található). Az első két funkció közül valamelyest a szórakozás a gyakoribb (Wilcoxon-próba, $Z=-2,627$, $p<0,01$).

Az ügyintézés viszonylagos hiánya nem igazán meglepő: manapság még nem tudunk túl sok mindent intézni a világhálón.



8. ábra Milyen gyakran használ csevegőt?

A csevegés a többség számára nem használatos funkció, ám egy szűkebb réteg használja azt. Jelen tanulmányban fel nem tüntetett adatokból az is kiderül, hogy akik használják a csevegést, azok viszont igen sok időt töltenek el ezzel.

A különböző eszközhasználatok között faktoranalízissel kerestünk összefüggéseket. Az tehát a kérdés, hogy például a sok csevegés milyen más funkció gyakori használatával jár együtt. A faktorok koordináta-rendszerét a könnyebb értelmezhetőség kedvéért elforgattuk. A 2. táblázat a faktorokat mutatja. A faktor elnevezése természetesen tőlünk származik, míg a faktorhoz tartozó tételek a kérdőív elemei. A kérdőív elemei mögött látható értékek a faktortöltetet jelzik.

A különböző faktorok tehát vélhetően különböző motivációs igényt jeleznek, amelyeket az alattuk felsorolt eszközök elégítenek ki. A faktorok elnevezései az általunk valószínűnek tartott motivációs forrásra utalnak.

1. Böngészés-infókeresés	2. Levelezés-kommunikáció	3. Szórakozás-függőség
Böngészés általában 0,85	E-mail ismerőssel 0,91	Csevegés 0,81
Böngészés infó keresés 0,81	E-mail 0,88	E-mail ismeretlennel 0,76
Böngészés szórakozás 0,71		

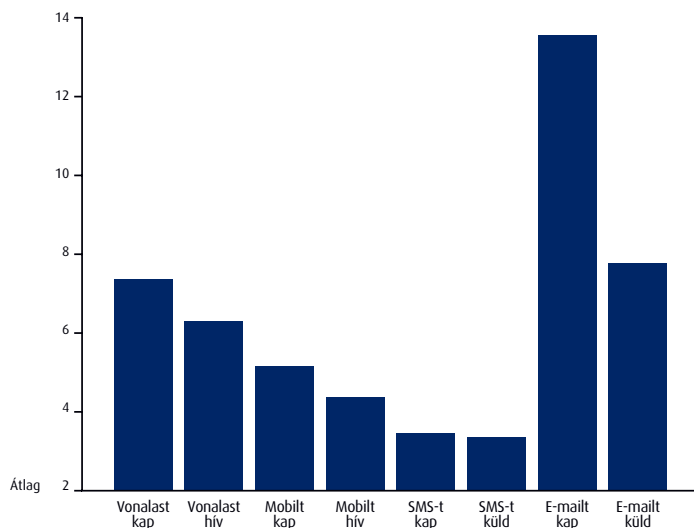
2. táblázat Internethasználati funkciók

Az egyik fő funkció a neten a böngészés, amely független a többi funkciótól. (Tehát abból, hogy valaki sokat használja böngészésre az Internetet, még nem lehet megjósolni, hogy pl. sokat levelezik-e.) Ezt a funkciót inkább az információkeresés dominálja, szemben a szórakozással. A másik jellegzetes funkció a levelezés, amely ismerősökkel való kommunikációt jelent. A harmadik funkció olyan időtöltéseket foglal magában, amely elsősorban az internetfüggőkre jellemző, és amelyet a csevegés és az ismeretlennel való levelezés jellemez. Mindez azt erősíti meg, hogy a függőség nem egyszerűen az Interneten eltöltött sok idővel áll kapcsolatban, vagyis a sokat internetezők még nem függők. Más vizsgálatokból¹⁴ az derül ki, hogy a függőség sokkal inkább azzal függ össze, hogy ki-kire mire használja az Internetet. Az eredmények szerint a függők például sokkal többet csevegnek a nem függőkhöz képest. A mi adataink ezt az eredményt bővítik ki: pusztán a sok webböngészés vagy az ismerősökkel való levelezés nem utal függőségre. A függőség tehát azzal áll kapcsolatban, hogy mire használjuk az Internetet, és nem azzal, hogy mennyit. Fontos felfigyelnünk, hogy a faktorok nem egyszerűen a technikai lehetőségek szerint csoportosítják a lehetséges használatot, vagyis nem azért kerülnek egy csoportba a levelezésfunkciók, mert a felhasználónak csak azokhoz van hozzáférése, és nincs lehetősége böngészésre, hanem motivációs alapon. Így például külön kerül a levelezés aszerint, hogy „ismeretlen” személlyel vagy ismerőssel folyik, ugyanis a kettő más igényt elégít ki, és más a funkciója.

További, fentebb fel nem tüntetett adatokból kiderül, hogy a fenti funkcióktól független a levelezési lista használata és az internetes ügyintézés, amelyek ezek szerint a fentiekől eltérő igényt elégítenek ki.

¹⁴ Nyikos E., Szeredi B., Demetrovics Zs., „Egy új viselkedéses addikció: Az internethasználat személyiségpszichológiai korrelátumai”, XXV. OTDK, Szombathely, 2001.

Kommunikációs szokások

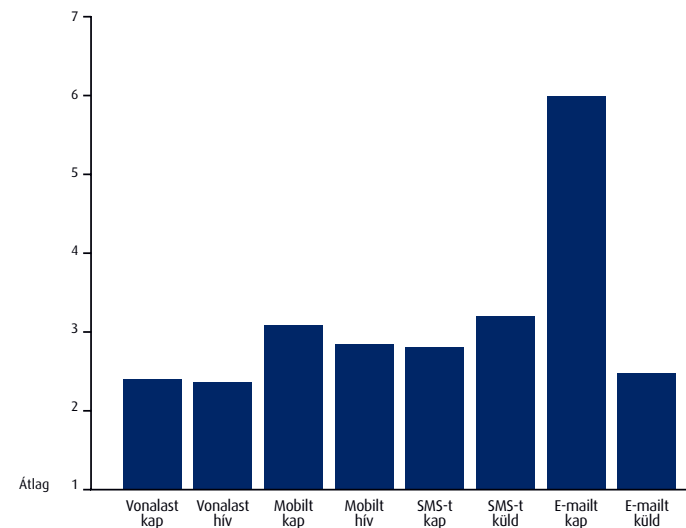


9. ábra Munkanapokon hányszor használja a fenti médiumokat?

Hétköznapokon az e-mail a vezető kommunikációs forma, amelyet a vonalas telefon, a mobil telefon végül az SMS követ, a felsorolt sorrendben. Az e-mail nem egyszerűen gyakori az Internet felhasználók közt, hanem egyenesen vezető formává vált a különböző lehetőségek közt, ami figyelemre méltó lehet a várható tendencia szempontjából.

A sorrend meghatározásában esetleg az ár lehet a döntő szerep: minél olcsóbb az eszköz használata, annál gyakrabban használják. Ebből talán csak az SMS lóg ki, ám a helyzet nem egyértelmű. Az eltérés egyik oka lehet, hogy viszonylag korlátozottak az SMS-kommunikáció lehetőségei: korlátozott hosszúság, viszonylag lassú szövegbevitel. Azonban az árban is kereshetjük az okokat. Az SMS-t a kritikusok sokszor a marketing csodájának is nevezik, mivel szerintük a felhasználók azt olcsónak gondolják, ám ha ugyanazt a szöveget, amit SMS-en küldünk, telefonon bemondanánk, az jóval olcsóbb lenne hangalapon, mint szöveges SMS-ként. (Persze ez függ a díjcsomagtól, napszaktól, stb., de általában ez lenne a helyzet.) Az adatok alapján viszont megkockáztatjuk azt a hipotézist, hogy ha valóban az ár a döntő tényező a használati gyakoriságban, akkor a felhasználók egyáltalán nem gondolják sokkal olcsóbbnak az SMS-t, és nem beszélhetünk a szolgáltatók megtévesztő magatartásáról. Természetesen ez a magyarázat csak spekuláció, és további vizsgálatot igényelne.

Érdekes, hogy a válaszadók mindenből többet kapnak, mint küldenek. E-mail esetében ez az aszimmetria érthető a levelezési listák miatt, hiszen egy kiküldött levelet többen megkapnak. A többi médium esetében két okra gyanakodhatunk: lehet, hogy valóban olyan csoporttal állunk szemben, akiket többet keresnek, mint ahányszor ők keresnek fel másokat. Az is lehet azonban, hogy mindez valami észlelési torzulás, és tévesen érzékelik a hívások számát.



10. ábra Hétféle napokon mennyit használja a fenti médiumokat?

Hétféle napokon mindegyik eszköz használata jelentősen visszaesik. A 10. ábra „átlag”-tengelyének beosztása nem ugyanaz, mint a 9. ábráé, tehát a különbség valóban nagy. A különböző médiumok közti különbségek is eltűnnek, bár ez tulajdonítható valamiféle módszertani értelemben vett padló-effektusnak is. (Emlékezzünk, hogy ez egy önbevalláson alapuló felmérés.)

A fenti kommunikációra vonatkozó adatokat ismét faktoranalízis segítségével rendeztük csoportokba, a koordinátákat ismét elforgatva. A táblázat az általunk adott faktorelnevezéseket, a teszt elemeit és azok faktortöltetét mutatja.

1. SMS–mobil	2. Vonalas – munkanapon	3. E-mail	4. Vonalas – szünnapon
SMS-t kap munkanapon 0,91	Vonalas telefont kezdeményez munkanapon 0,93	E-mailt kap szünnapon 0,89	Vonalas telefont kezdeményez szünnapon 0,82
SMS-t küld munkanapon 0,86	Vonalas telefont kap munkanapon 0,91	E-mailt kap munkanapon 0,77	Vonalas telefont kap szünnapon 0,81
SMS-t küld szünnapon 0,82		E-mailt küld szünnapon 0,63	
SMS-t kap szünnapon 0,82		E-mailt küld munkanapon 0,56	
Mobil telefont kezdeményez szünnapon 0,74			
Mobil telefont kap szünnapon 0,74			
Mobil telefont kezdeményez munkanapon 0,71			
Mobil telefont kap munkanapon 0,68			

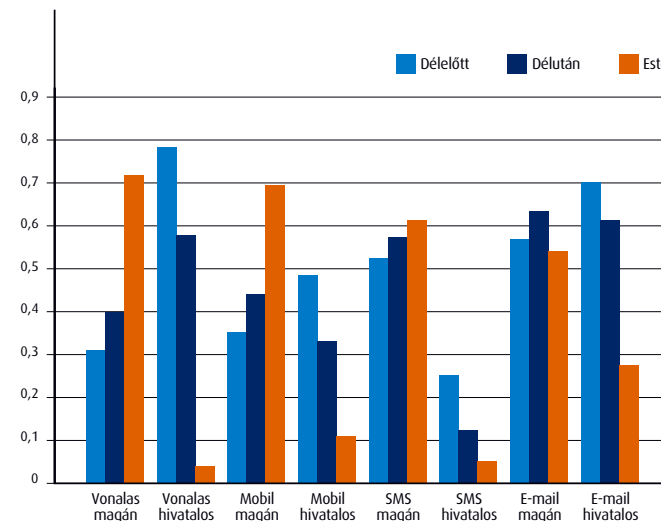
3. táblázat Kommunikációs jellegzetességek

Érdekes, hogy az SMS és a mobil egy csoportba került. Gondolhatnánk ugyanis, hogy nem minden mobiltulajdonos szeret SMS-t küldözgetni, vagy vannak olyan használók, akik inkább csak SMS-t küldenek, de nem szívesen beszélnek. Az adatok azonban nem ezt mutatják.

A fenti táblázatban nem tüntettük fel ugyan a gyengébb korrelációkat, de az első SMS–mobil csoporthoz valamelyest hozzátartozik az e-mail használat (valamivel kisebb értékekkel, mint amit fentebb még feltüntettünk), és az e-mailhez az SMS és mobil használat. Tehát ismét e-mail–mobil kapcsolatot találtunk, nem találtunk viszont ilyen kapcsolatot az e-mail és a vonalas telefon közt, ami utalhat a technikai újdonságokra való fogékonyságra.

Érdekes, hogy a vonalas telefon használata két különböző csoportra oszlik: hétfélgire és hétköznapira. Későbbi adatok alapján azt gyaníthatjuk, hogy itt a hivatalos (hétköznap) és a magán- (hétfélgire) ügyek szétválásáról van szó. Vagyis ismét nem egyszerűen a technikai eszköz miatt kerül egy csoportba valami, hanem a használat motivációja miatt.

A 11. ábrán azt láthatjuk, hogy a különböző eszközöket milyen célokra milyen napszakokban használják inkább.

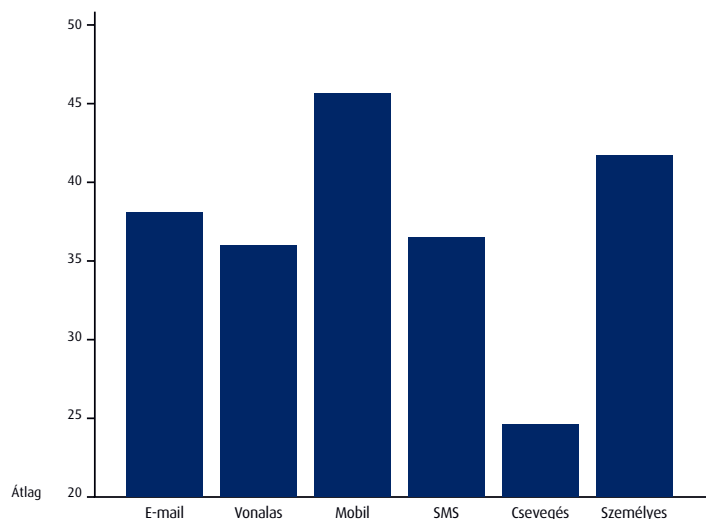


11. ábra Eszközhasználati gyakoriság napszak szerinti bontásban

Úgy tűnik, a délelőtt a hivatalos ügyek intézésének ideje, míg az este a magánügyeké. Ez a tendencia két helyen nem érvényesül: mind az SMS-nél, mind az e-mailnél a nap bármely szakaszában hajlamosak vagyunk magánügyeket intézni. Ezek szerint indokolt a munkaadók aggodalma, hogy munkaidő alatt magánügyekre használjuk az Internetet. Mintha az lenne a kritérium, hogy diszkréten lehessen mindezt csinálni: a telefonálásnál hallható, hogy milyen úgról is van szó, a szöveges üzenetknél viszont nem lehet tudni, hogy miben utazunk. Feltehetjük, hogy az e-maileket a munkaadók nem ellenőrzik.

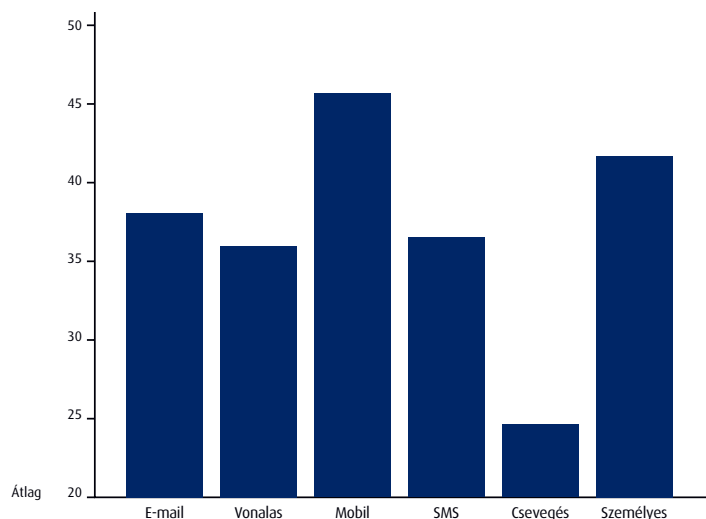
Eszközök jellemzői

Hat kommunikációs lehetőségről kérdeztük meg, hogy mennyire gyors, megbízható, személyes illetve fejez ki egyéni stílust. Az eredményeket részben megelőlegezve: az e-mail, a vonalas telefon, a mobil telefon és az SMS közel azonos értékeket kapott. A személyes csatorna és a csevegés azonban többnyire kilógott a sorból. A személyes kommunikációt többnyire pozitívan ítélték meg a többi lehetőséghez képest, míg a csevegés rendre alacsony pontszámokat kapott.



12. ábra Mennyire gyors?

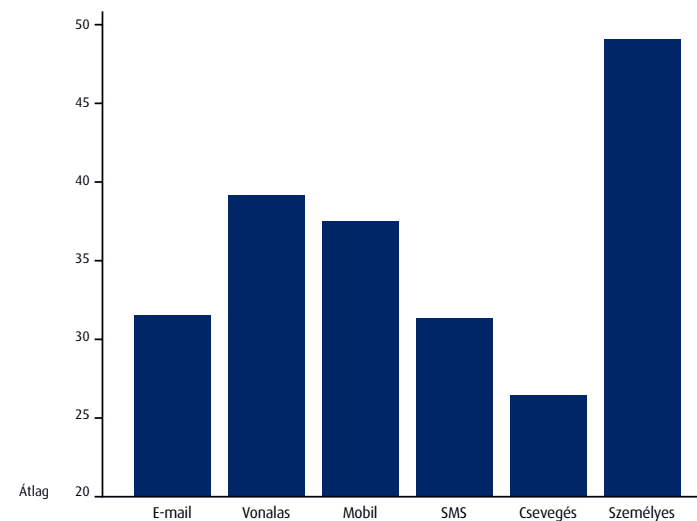
A gyorsaságnál a szokásos mintázathoz képest a mobiltelefon emelkedik ki, amely az eszköz legfontosabb egyedi tulajdonsága a mi tulajdonságlistánkban.



13. ábra Mennyire megbízható?

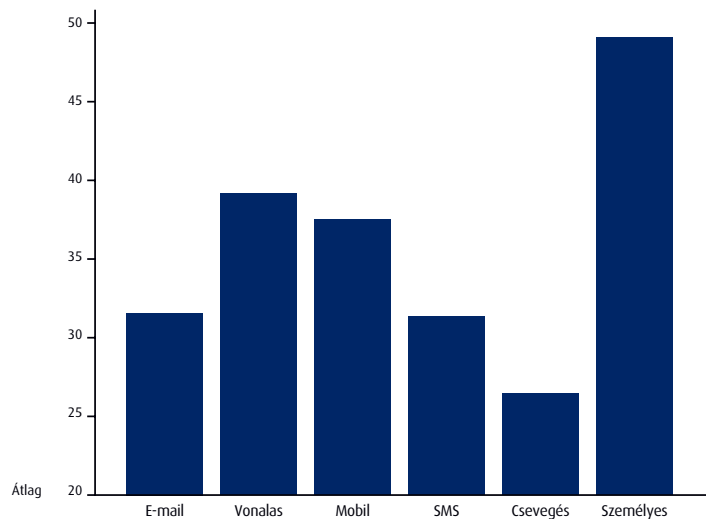
Érdekes egyrészt észrevenni, hogy a csevegés nagyon megbízhatatlan a felhasználók szemében. Sokan vetik fel a hitelesség problémáját az Internettel kapcsolatban. Az eredmények azt mutatják, hogy itt is megtanuljuk, hogy melyik eszköz mennyire megbízható, csakúgy mint más médiumok esetében (melyik tévécsatornának, melyik műsornak, melyik napilapnak, könyvnek, kiadónak, stb. hihetünk). A csevegés szokásos funkciója (idegenekkel, szórakozás céllal) ugyancsak köztudottnak tűnik.

Az első négy médiából, amelyek az adatok szerint együttjárnak, a hangalapúak emelkednek ki a szövegalapúakhoz képest a megbízhatóságukkal – vagyis a hang racionális kritériumnak tűnik a megbízhatóság megítélésénél.



14. ábra Mennyire személyes?

Ismét az első négy eszköz közül a hangalapúak személyesebbek, mint a szövegalapúak. A személyes kapcsolat pedig nagyon személyes. Ezen nem lepődünk meg.



15. ábra Mennyire fejez ki egyéni stílust?

Itt nagyjából ismét azt találjuk, hogy minél több kommunikációs csatornát vehetünk igénybe, annál inkább képesek vagyunk egyéni stílust kifejezni. A csevegés megint igen rosszul szerepel.

Jelen eredmények tudomásunk szerint az első olyanok, amelyek a mobil- és az Internet-használat kapcsolatát vizsgálják. A minta természetesen nem reprezentatív, így az eredmények csak egy speciális csoportra érvényesek, ám jól előrejelezhetik a tendenciákat, és megmutatják, hogy a különböző eszközök – mai formájukban, eltérő jellemzőikkel – milyen igényt elégíthetnek ki, és hogy a különböző helyzetekben melyik eszközt preferáljuk. A finomabb és bővebb elemzéshez természetesen további adatok szükségesek, ám a továbblépéshez a fentiek is fontos támpontot adhatnak.