

Przemysław Polak

Przejęcie tradycyjnych funkcji komunikacji interpersonalnej przez kanały elektroniczne

Ekonomiczne Problemy Usług nr 122, 103-111

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

PRZEMYSŁAW POLAK

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie¹

PRZEJĘCIE TRADYCYJNYCH FUNKCJI KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ PRZEZ KANAŁY ELEKTRONICZNE

Streszczenie

Rozwój technologii teleinformatycznych wpływa na zmianę zachowań w kontaktach międzyludzkich. Badanie ankietowe na studentach z różnych krajów wskazuje na dominującą rolę komunikatów tekstowych SMS w komunikacji interpersonalnej w trybie asynchronicznym. Natomiast, wbrew oczekiwaniom, znaczenie serwisów społecznościowych jest mniejsze niż poczty elektronicznej, a nawet tradycyjnych form komunikacji pocztowej.

Słowa kluczowe: społeczeństwo informacyjne, komunikacja interpersonalna, Internet, media społecznościowe, poczta elektroniczna.

Wprowadzenie

Ostatnie kilkadziesiąt lat charakteryzuje się bardzo szybkim postępem technologicznym w dziedzinie komunikacji i informatyki. Rozwój technologii obejmuje zarówno same sieci telekomunikacyjne i urządzenia służące indywidualnym użytkownikom do komunikowania się, jak również funkcje tych urządzeń i oprogramowanie użytkowe umożliwiające realizację złożonych procesów komunikacyjnych. Do najważniejszych technologii, których powstanie wpłynęło znacząco na komunikację interpersonalną w ostatnich dekadach, należy zaliczyć:

- komputer osobisty,
- powszechnie dostępną publiczną sieć komputerową – Internet,

¹ Kolegium Analiz Ekonomicznych, Instytut Informatyki i Gospodarki Cyfrowej, Zakład Zarządzania Informatyką.

- pocztę elektroniczną,
- telefonię komórkową,
- urządzenia mobilne, jak np. smartfon czy tablet,
- komunikatory internetowe,
- portale społecznościowe.

Rozpowszechnienie się tych rozwiązań doprowadziło do poważnych zmian zachowań komunikujących się ludzi (Sommer 2012, s. 80). Zmiany te mają charakter globalny i dotyczą praktycznie niemal całych społeczeństw. Tylko nieliczne odseparowane społeczności i pojedyncze osoby znalazły się poza zasięgiem tych zmian.

Celem przeprowadzonego badania było zweryfikowanie, w jakim stopniu nowe możliwości technologiczne wpływają na rzeczywiste zachowania w komunikacji interpersonalnej. W tym celu wybrano typ komunikatu i mające dlań najczęstsze zastosowanie formy komunikacji, które mają charakter zarówno komunikacji tradycyjnej, jak i komunikacji cyfrowej. Przeprowadzone badanie ma charakter międzynarodowy.

1. Formy komunikacji interpersonalnej

Współczesne badania nad komunikacją interpersonalną klasyfikują różne jej formy, przede wszystkim biorąc pod uwagę ich wcześniejsze istnienie jeszcze przed epoką komputerów osobistych i globalnego Internetu. Wyróżnia się w ten sposób (Jordan 2013, s. 12):

- komunikację przedinternetową (*pre-internet*),
- komunikację z wykorzystaniem Internetu (*internet-dependent*).

Jednak wydaje się, że podział taki nie jest dostatecznie precyzyjny, nie bierze bowiem pod uwagę takich usług telekomunikacyjnych, jak SMS (*Short Message Service*) i MMS (*Multimedia Messaging Service*), które ściśle związane są z technologią telefonii komórkowej, a nie Internetu. Stąd też trafniejszy dla potrzeb analizy współczesnych form komunikacji interpersonalnej jest podział na:

- formy tradycyjne rozpowszechnione przed epoką cyfrową,
- formy zaistniałe w epoce cyfrowej.

W tym ujęciu formy komunikacji tradycyjnej obejmują też rozwiązania, które, choć obecnie realizowane są z wykorzystaniem także urządzeń cyfrowych, istniały i były popularne przed rozwojem technologii cyfrowych. W ten sposób do form tradycyjnych zaliczymy rozmowę telefoniczną, nawet jeśli jest realizowana za pomocą współczesnych smartfonów i sieci komórkowych najnowszej generacji. Natomiast wideokonferencja, choć technologicznie możliwa od czasów powstania telewizji analogowej, ponieważ nie znalazła wtedy praktycznego zastosowania, jest zaliczana do form komunikacji charakterystycznych dla epoki cyfrowej. Tak więc

za technologie, których wprowadzenie stanowi wyróżnik początku epoki cyfrowej w komunikacji interpersonalnej, należy uznać: komputer osobisty, Internet i cyfrowe sieci telekomunikacyjne (ISDN, GSM).

W przypadku komunikacji interpersonalnej można mówić o formach komunikacji bezpośredniej, twarzą w twarz, której najprostszą formą jest rozmowa bezpośrednia, jak i o komunikacji zdalnej, na odległość. Ponieważ technologie cyfrowe mają przede wszystkim zastosowanie do komunikacji zdalnej, taka forma została wzięta pod uwagę w przedstawionych w artykule badaniach.

Wyróżnia się też dwa podstawowe tryby komunikacji interpersonalnej: komunikację synchroniczną i asynchroniczną (Polak 2004, s. 273–274). Z komunikacją synchroniczną mamy do czynienia wtedy, gdy dwie komunikujące się strony muszą jednocześnie uczestniczyć w procesie komunikowania się. Do form synchronicznych należą m.in.: rozmowa bezpośrednia, sygnały dymne, czat, rozmowa telefoniczna, wideokonferencja. W przypadku form asynchronicznych komunikujący się odbierają i wysyłają komunikaty w dogodnych dla siebie porach. Przykładami form asynchronicznych są np.: notatka pozostawiona na tablicy ogłoszeń, tradycyjna przesyłka pocztowa, wiadomość poczty elektronicznej, komunikaty SMS i MMS.

2. Metoda przeprowadzenia badania

Aby móc zbadać zmianę zachowań w komunikacji interpersonalnej pod wpływem pojawienia się nowych technologii, przedmiotem badania został komunikat zawierający życzenia okolicznościowe i świąteczne, przekazywany do zdalnego odbiorcy w trybie asynchronicznym. Badanie rzeczywistego wykorzystania form komunikacji w celu wysłania konkretnego rodzaju komunikatu jest zgodne z postulatem Petricia, Petrovčicia i Vehovara (2011), którzy twierdzą, że skoncentrowanie się w badaniach na rzeczywistym użytkowaniu nowych narzędzi i usług jest trafniejsze w analizie społecznych konsekwencji wykorzystania mediów komunikacyjnych w relacjach interpersonalnych niż badanie motywów i preferencji użytkowników.

Biorąc pod uwagę popularne formy przekazywania wiadomości między prywatnymi osobami w trybie asynchronicznym, w badaniu uwzględnione zostały cztery formy komunikacji:

- forma komunikacji tradycyjnej: karta pocztowa lub list zawierający życzenia,
- krótka wiadomość tekstowa SMS,
- poczta elektroniczna,
- życzenia przesłane za pomocą serwisu społecznościowego lub usługi elektronicznej karty z życzeniami w portalu internetowym.

W badaniu nie uwzględniono niegdyś popularnej usługi telegraficznej, gdyż ma ona obecnie znaczenie raczej marginalne i nie wykorzystuje już w rzeczywistości związanej z nią technologii dalekopisu. Nie wzięto też pod uwagę usług przekazania życzeń o bardzo nietypowym charakterze, takich jak śpiewające telegramy czy przesyłki kwiatowe.

Badania zostały przeprowadzone na trzech uczelniach z różnych krajów: Holandii, Nowej Zelandii i Polski. Holandia i Polska to kraje demokratyczne należące do Unii Europejskiej, przy czym Holandia zaliczana jest do wysoko rozwiniętych krajów i jest jednym z państw założycieli Unii. Natomiast Polska przystąpiła do niej dopiero w 2004 roku, a wcześniej należała do krajów socjalistycznych z bloku sowieckiego. Nowa Zelandia, mimo iż położona na antypodach, jest rozwiniętą demokracją i jako była kolonia brytyjska należy do europejskiego, a właściwie anglosaskiego kręgu kulturowego.

Badania ankietowe zostały przeprowadzone przy udziale studentów pierwszego i drugiego stopnia kierunków związanych z zarządzaniem i ekonomią z trzech uczelni:

- Uniwersytetu Erazma w Rotterdamie,
- Uniwersytetu Victorii w Wellington,
- Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

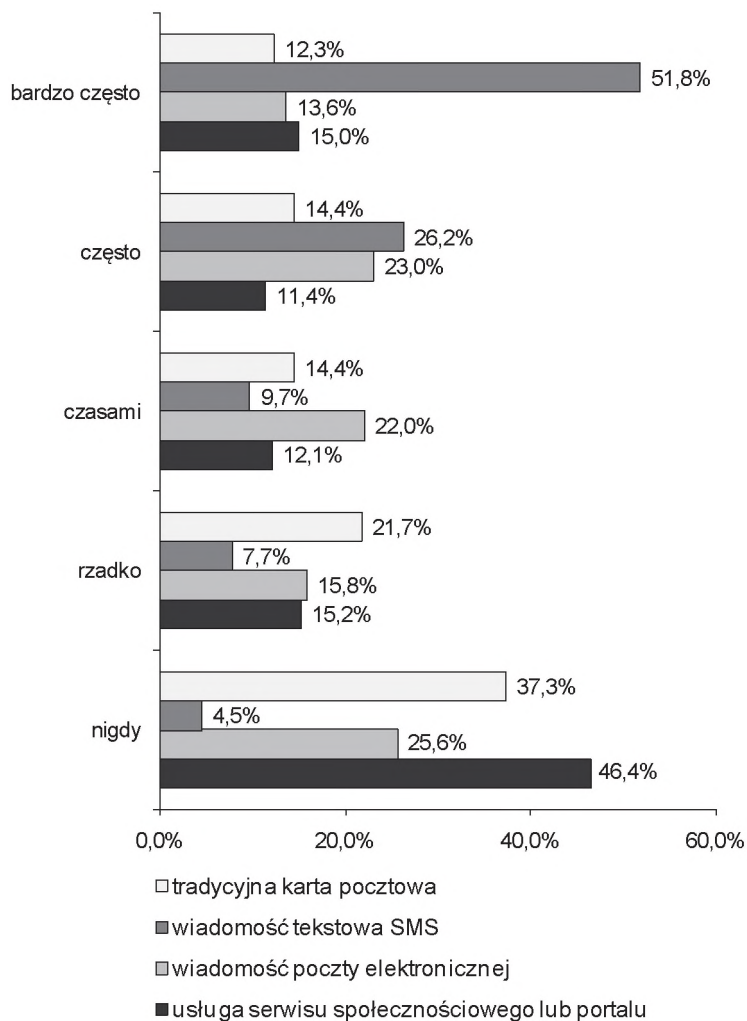
Dzięki pokrewnym kierunkom studiów wyniki z poszczególnych uczelni są porównywalne. Badanie przeprowadzono metodą ankiety audytoryjnej w trakcie zajęć wykładowych. Osiągnięto dzięki temu wysoki poziom zwrotu ankiet. Tylko pojedyncze osoby odmówiły wypełnienia ankiety lub jej nie oddały. Łącznie poddano analizie 660 prawidłowo wypełnionych ankiet.

Przedstawione w artykule badania są kontynuacją i rozszerzeniem wcześniejszych badań, które objęły wyłącznie studentów pierwszego roku studiów licencjackich SGH (Polak 2011). Interesujące wyniki tamtych rozważań stanowiły bodziec do rozszerzenia badań na większą grupę studentów i środowisko międzynarodowe.

3. Wyniki badań ankietowych

Badania ankietowe jednoznacznie wykazały, że komunikaty SMS są zdecydowanie najczęściej wykorzystywaną formą przesyłania życzeń okolicznościowych i świątecznych w trybie komunikacji asynchronicznej. Ponad połowa respondentów (51,8%) stwierdziła, że wykorzystuje tę formę bardzo często. Na silną dominację tej formy wskazuje fakt, że w przypadku pozostałych form ilość wskazań na opcję bardzo często nie przekracza 15% (zob. rys. 1). Jednocześnie zdecydowanie najmniej liczna grupa respondentów, zaledwie 4,5%, nigdy nie przesyła życzeń w formie komunikatu SMS. Podczas gdy ilość wskazań negatywnych wynosiła dla innych form odpowiednio: 25,6% dla poczty elektronicznej, 37,3% dla tradycyj-

nych kart i listów pocztowych oraz aż 46,4% dla usług portali i serwisów społecznościowych.



Rys. 1. Wykorzystanie różnych form komunikacji przesyłania życzeń okolicznościowych w trybie asynchronicznym

Źródło: opracowanie własne.

Przesyłanie życzeń okolicznościowych i świątecznych, np. urodzinowych czy bożonarodzeniowych, kojarzy się z elegancką i ozdobną formą. Stąd też tak znacząca dominacja formy SMS wydaje się być zaskakująca. Należy jednak wziąć pod uwagę, że w badaniu uczestniczyli studenci, młodzi ludzie, dla których taka tradycyjna forma może nie mieć aż tak dużego znaczenia. Ważniejszym czynnikiem

z ich punktu widzenia może być dostępność i wygoda użycia. Młodzi ludzie bardzo chętnie korzystają z urządzeń mobilnych, często korzystają z usług wiadomości tekstowych i bardzo sprawnie redagują takie wiadomości. Mogą wysłać życzenia w tej formie bardzo szybko, niemal w każdym momencie i z każdego miejsca. Znaczenie może też mieć fakt, że wiadomość taka niemal natychmiast może być odebrana przez adresata i możliwe jest szybkie otrzymanie odpowiedzi, w ten sposób tworząc ciąg następujących po sobie komunikatów nabierających charakteru komunikacji w trybie synchronicznym.

Podczas gdy dominacja wiadomości SMS jest oczywista, w przypadku pozostałych form składania życzeń na odległość nie ma między nimi tak znaczących różnic. W celu określania rankingu przypisane zostały miary liczbowe poszczególnym odpowiedziom: 5 – bardzo często, 4 – często, 3 – czasami, 2 – rzadko, 1 – nigdy. Jako miarę popularności form komunikacji wykorzystano średnie arytmetyczne miarę wszystkich wskazań na poszczególne formy, które wyniosły odpowiednio dla:

- tradycyjnych usług pocztowych – 2,43,
- wiadomości tekstowych SMS – 4,13,
- wiadomości poczty elektronicznej – 2,83,
- usług portali i sieci społecznościowych – 2,34.

Ranking ten potwierdza znaczącą dominację wiadomości SMS. Kolejne miejsca zajęły: poczta elektroniczna, tradycyjne listy i usługi serwisów internetowych.

O najniższej pozycji w rankingu życzeń przesyłanych za pośrednictwem usług portali i serwisów społecznościowych zdecydowała zdecydowanie największa liczba wskazań negatywnych, aż 46,4% respondentów nigdy nie korzysta z tej formy, co jest wyraźnie największym udziałem wskaźników negatywnych. Wynik ten można uznać za zaskakujący, biorąc pod uwagę, ile mówi się o popularności i znaczeniu serwisów społecznościowych, szczególnie dla młodszych generacji. Ponadto badania Eurostatu (2012) jednoznacznie wskazują na dużą popularność serwisów społecznościowych wśród studentów. Według nich już w 2011 roku 86% studentów w Holandii i 79% w Polsce wykorzystywało Internet do korzystania z usług sieci społecznościowych. W przypadku studentów Szkoły Głównej Handlowej te wartości są nawet wyższe, różne badania wykazały że tylko 7,2% (Polańska 2012, s. 38) lub 8% (Polak 2014, s. 6) studentów tej uczelni nie korzysta z usług serwisów społecznościowych.

Badanie wykazało także, że nawet wśród młodych respondentów tradycyjne kartki i listy z życzeniami zachowują względnie wysoką popularność porównywalną z wiadomościami poczty elektronicznej i życzeniami przesyłanymi poprzez portale społecznościowe. Indywidualne wywiady z wybranymi respondentami wskazują, że studenci wykorzystują tradycyjną formę głównie w relacjach ze starszymi członkami rodzin, np. dziadkami. Natomiast w kontaktach z rówieśnikami wyko-

rzystują tę formę rzadziej, chociaż przy niektórych typach życzeń szczególnie chętnie, np. przy okazji walentynek.

4. Porównanie wyników między uczelniami

Odpowiedzi respondentów dotyczące korzystania z wiadomości tekstowych SMS i poczty elektronicznej nie różnią się w sposób istotny między poszczególnymi uczelniami. Można więc stwierdzić, że dominacja komunikatów SMS przy przesyłaniu życzeń okolicznościowych charakteryzuje zachowania studentów ze wszystkich badanych uczelni.

W przypadku tradycyjnych kartek i listów z życzeniami forma ta jest znacząco mniej popularna wśród studentów Uniwersytetu Erazma niż wśród kolegów z pozostałych instytucji. Żaden z respondentów z holenderskiej uczelni nie stwierdził, że korzysta z tej formy bardzo często, a tylko 4,8% często. Podczas gdy w tej formie życzenia bardzo często wysyła 11,2% respondentów z Uniwersytetu Victorii i 14,1% ze Szkoły Głównej Handlowej, a często 15,8% z Nowej Zelandii i 15,6% z Polski. Jednocześnie studenci z Warszawy stanowią pod tym względem najbardziej zróżnicowaną grupę, bowiem aż 41,9% nigdy nie korzysta z tej formy komunikacji, co jest znacząco wyższą wartością od innych badanych uczelni, gdzie tę opcję wskazało odpowiednio 28,6% respondentów z Rotterdamu i 30,2% z Wellington.

Największe zróżnicowanie odpowiedzi między uczelniami dotyczy wykorzystania usług portali i serwisów społecznościowych do przesyłania życzeń. Ta forma jest najbardziej popularna wśród respondentów z Uniwersytetu Victorii, aż 27% korzysta z tej formy bardzo często. Natomiast taką odpowiedź na Uniwersytecie Erazma wskazało 16,7% uczestników, a w Szkole Głównej Handlowej tylko 8,4%. Mógł na ten wynik wpłynąć znaczący odsetek studentów z krajów azjatyckich uczących się w Wellington daleko od domu, którzy chętnie korzystają z serwisów społecznościowych w kontaktach ze znajomymi i członkami rodziny pozostającymi w kraju. Jednak ten czynnik nie może być zweryfikowany omawianym badaniem, bowiem w kwestionariuszu ankiety nie znalazło się pytanie o kraj pochodzenia respondenta.

Zdecydowanie najsłabsze wykorzystanie serwisów społecznościowych do przesyłania życzeń charakteryzuje studentów z Warszawy, aż 59,8% respondentów z tej uczelni nigdy nie wykorzystuje tej formy. Jest to znacząco wyższy odsetek niż na innych uczelniach. W ten sposób nigdy nie przesyła życzeń 33,3% respondentów z Uniwersytetu Erazma i 23,7% z Uniwersytetu Victorii. Tak więc to odpowiedzi studentów ze Szkoły Głównej Handlowej w znaczącym stopniu wpłynęły na najsłabsze wyniki popularności serwisów społecznościowych.

Podsumowanie

Badanie wykazało dominującą pozycję wiadomości tekstowych SMS w kontaktach interpersonalnych między studentami na odległość w trybie asynchronicznym. Nawet w przypadku życzeń okolicznościowych i świątecznych, często postrzeganych jako komunikat uroczysty wymagający specjalnej formy, przeważa wykorzystanie wiadomości tekstowych.

Wyniki badania pokazują, że pomimo iż tradycyjne listy i karty z życzeniami z powodzeniem są zastępowane przez komunikaty cyfrowe, to jednak nadal pozostają popularne w stopniu zbliżonym do innych nowych form komunikacji, takich jak poczta elektroniczna czy życzenia przesyłane za pośrednictwem serwisów społecznościowych.

Porównanie odpowiedzi respondentów z różnych krajów pokazuje, że studenci z Polski zdecydowanie najslabiej wykorzystują media społecznościowe. Może to wynikać z nieco wolniejszego rozpowszechniania się nowinek technologicznych, czy też nieco gorszego lub droższego dostępu do sieci telekomunikacyjnych. Wydaje się więc uzasadnione powtórzenie badań w tym środowisku, co pozwoliłoby stwierdzić, czy jest to trwała sytuacja, czy też wynika z pewnego opóźnienia w rozwoju zastosowań mediów społecznościowych w tej grupie.

Literatura

1. Eurostat (2012), *Information society statistics*, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/main_tables [dostęp 23.11.2012].
2. Jordan T. (2013), *Internet, Society and Culture: Communicative Practices Before and After the Internet*, New York: Bloomsbury.
3. Petrič G., Petrovčič A., Vehovar V. (2011), *Social uses of interpersonal communication technologies in a complex media environment*, „European Journal of Communication”, No. 26 (2).
4. Polańska K. (2013), *Sieci społecznościowe: Wybrane zagadnienia ekonomiczno-społeczne*, Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
5. Polak P. (2004), *Sieci komputerowe*, w: *Wstęp do informatyki gospodarczej*, red. A. Rokicka-Broniatowska, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
6. Polak P. (2011), *Wykorzystanie komunikacji tradycyjnej i elektronicznej na przykładzie życzeń okolicznościowych*, Zeszyty Naukowe nr 650, Ekonomiczne Problemy Usług nr 67, Szczecin: Uniwersytet Szczeciński.
7. Polak P. (2014), *Social Networking Services in Intra-Organizational Communication: The Case of the Warsaw School of Economics*, w: *Refereed Proceedings of KM Conference 2014*, Blagoevgrad: International Institute for Applied Knowledge Management.

-
8. Sommer H. (2012), *Komunikowanie się przez Internet*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej, seria: Ekonomia i Nauki Humanistyczne, nr 19.

OVERTAKING TRADITIONAL FUNCTIONS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION BY ELECTRONIC CHANNELS

Summary

The development of information and communication technologies influences behaviors in interpersonal relations. The survey shows the dominant role of SMS messages in interpersonal asynchronous communication over a distance. But contrary to expectations, social services are among students less popular in this area than e-mail and traditional forms of postal communication.

Keywords: e-society, interpersonal communication, internet, social media, electronic mail.

Translated by Przemysław Polak