

Debreceni Egyetem
Bölcsészettudományi Kar
Magyar Nyelvtudományi Tanszék

**Adalékok a női és férfi kommunikáció alapvető különbségeihez a
Facebook használata alapján**

Témavezető:

Dr. Kis Tamás
egyetemi docens

Készítette:

Adorján Imola
magyar BA III.

Debrecen

2014

Tartalom

1. Bevezetés	1
2. A nyelvhasználat és a nemek közti eltérés kapcsolata	3
2.1. <i>Biológiai és társadalmi nem</i>	3
2.2. <i>Verbális különbségek</i>	4
2.3. <i>Nyelven kívül eső különbségek</i>	5
3. Férfiak és nők közötti különbségek az internetes kommunikációban	7
4. Napjaink meghatározó kommunikációs tere, a Facebook.....	9
4.1. <i>A Facebook mint kommunikációs tér</i>	9
4.2. <i>A Facebook népszerűségének okai.....</i>	12
5. A női és férfi kommunikációs eltérések a Facebook üzenőfalán	14
5.1. <i>A tevékenységek megoszlása</i>	14
5.2. <i>A tevékenységek megoszlása nemek szerint</i>	16
5.3. <i>A témák megoszlása</i>	18
5.4. <i>A témák megoszlása nemek szerint</i>	19
6. Női és férfi kommunikációs különbségek a Facebookon töltött idő és a chat használata alapján	21
6.1. <i>A kérdőív</i>	21
6. 2. <i>A kérdőív eredményei.....</i>	26
7. Összegzés	32
Irodalom.....	34

1. Bevezetés

A nők és a férfiak kommunikációjának egyaránt megvannak a sajátosságai. A téma bőséges szakirodalmát olvasva gyakran meglepődünk, mennyi szempont szerint lehet különbséget tenni a két fél verbális, nonverbális esetleg írásbeli kommunikációja között. Dolgozatomban először ezeket, a nők és férfiak nyelvhasználata közötti alapvető eltéréseket mutatom be. Elsőként a biológiai és a társadalmi nem különbségét tisztázom, majd külön szót ejtek a verbális eltérésekről, illetve arról, hogy hogyan kötődnek ezek a nemek két típusához. A folytatásban a nyelven kívül eső differenciákat vizsgálom, ahová a különböző készségek illetve a nonverbális kommunikáció tartozik.

Néhány éve az internet és a média szélesebb körben való elterjedésével megjelent egy „második élettér”, amely jelentős részét képezi mindennapi tevékenységeinknek. A média befolyásoló hatása a szülői neveléshez hasonlóan kihat a nemek közti különbségek kialakulására. Mivel a világhálón ugyanúgy kommunikációt folytatunk, mint élőszóban történő beszélgetéseink során, ezért fontosnak tartom itt is vizsgálni a férfiak és nők kommunikációs különbségeit az e-mailezés, fórumozási szokások és a csevegőprogramokhoz való viszonyulásuk alapján. A világhálón belül hazánkban 2008 óta jelentős szerepet játszik egy újabb keletű közösségi oldal, ami világszerte emberek millióit vonzza, ez pedig a Facebook. Mára a legtöbb ember számára természetessé vált, hogy regisztrált felhasználója az oldalnak, és, hogy itt folytatja társasági életének egy meghatározó részét. Dolgozatomban, a továbbiakban ennek a közösségi hálónak a működését ismertetem, mégpedig abból a szempontból, hogy milyen kommunikációs lehetőségek állnak rendelkezésünkre használata során. Szót ejtek a keletkezésről, a különböző funkciókról majd az oldal népszerűségének okairól is.

Mivel a Facebook jelentős hányadát teszi ki a mindennapi kommunikációnknak, így ennek a közegnek is kialakult egyfajta sajátos nyelvezete, illetve bizonyos jellemző sémák is felbukkannak az itt folytatott kommunikációban. Így tehát, ha jobban megfigyeljük, a nemek közötti különbségek is kirajzolódnak egy idő után. Vannak jellemző női és férfi szokások, amik az üzenőfali bejegyzéseket vagy akár a chaten való beszélgetést illeti. Az alapvető kontaktusteremtő közegeken túl tehát ezen a közösségi téren külön érdemesnek tartom a vizsgálódást. Dolgozatom második részében saját kutatásaim alapján gyűjtöm össze, hogy miben más egy férfi illetve egy nő, ha a világháló ezen oldalán történő önreprezentációját tekintjük. Vizsgálatomhoz öt egyetemista fiút és ugyanennyi, szintén felsőoktatásban tanuló

lányt választottam ki. Az ő tevékenységeik követésével igyekszem teljes képet nyerni a Facebook üzenőfalán megmutatkozó kommunikációs különbözőségekről. A közeg, illetve a megfigyelt személyek kiválasztásánál szerepet játszott, hogy a lehető legaktívabb Facebook felhasználókat kísérem figyelemmel. Ez azért fontos, mert így teljesebb képet kaphatok, és az elemzésem részletesebb lehet. Természetesen akadnak középkorú, illetve akár nyugdíjas felhasználók is, akik számára a Facebook használata a mindennapi rutin része. Az aktív felhasználók legnagyobb százalékát azonban a köz- és felsőoktatásban tanuló diákok teszik ki. A középiskolások Facebook használati szokásai sok kérdést vetnek fel, és mivel gyakorlatilag kirakatba helyezik az életüket, ezért tevékenységeik könnyen elemezhetőek. Az ok, amiért vizsgálódásom alapjául mégis az egyetemistákat választottam főként az, hogy én magam is ennek a korosztálynak vagyok a tagja, és velük napi szinten tartok kapcsolatot a személyes érintkezésen kívül a világhálón keresztül is. Ezen kívül legtöbb esetben komolyabb és mélyebb tartalmakat osztanak meg az üzenőfalaikon, így a szokásaik elemzése is érdekesebb és összetettebb lehet.

A saját tapasztalatokat a továbbiakban egy kérdőívvel bővíttem ki, amelyet ugyanennek a korosztálynak a tagjaival készíték el. Kérdéseim alapvetően három csoportra oszthatóak. Egyrészt azt vizsgálják, hogy az általam megkérdezett személyek mennyire ragaszkodnak a Facebookhoz, mennyi időt töltenek el az oldalon, és általában véve milyen szerepet tölt be a mindennapjaikban a használata. A második kérdéskörben arra keresem a választ, hogy a Facebook- chat mennyire illeszkedik be a többi szokványos és már régebb óta ismert kommunikációs eszközök közé. A harmadik szakaszban a a Facebookon történő chatelési szokásokat mérem fel, tekintettel arra, hogy alanyaim mennyit és milyen célokra használják azt elsősorban. Dolgozatom zárásaként pedig összegzem a megfigyeléseimből és a kitöltött kérdőívekből leszűrt konklúziókat és a saját impresszióimat.

2. A nyelvhasználat és a nemek közti eltérés kapcsolata

2.1. Biológiai és társadalmi nem

Azt, hogy valaki férfi-e vagy nő, alapvetően két faktor határozza meg. Az egyik a biológiai nem, ami már a születésünk előtt kialakul. A másik a társadalmi nem, ami nem velünk született, hanem fejlődésünk során épül fel. A biológiai és társadalmi nem közötti különbséget HUSZÁR ÁGNES vázolja fel. Amikor találkozunk valakivel, a másodlagos nemi jegyek alapján, néhány biológiai rendellenességet leszámítva, legtöbb esetben rögtön megállapítható, hogy az illető nő-e vagy férfi. Az úgynevezett **biológiai nem** (szexus) már a fogantatáskor eldőlt, és genetikailag van a testünkbe kódolva a kromoszómák által. Tudományos kutatások bizonyítják, hogy ez a fajta genetika által vezérelt eltérő fejlődés hatással van az agy működésére. A nők két agyféltekéjét összekötő kérgestest vastagabb mint a férfiak esetében. Ennek jelentősége, hogy így erősebb kapcsolat alakul ki a bal és a jobb félteke között. Ez felelős a kognitív, tehát értelemhez kötött feladatok végrehajtásáért, így a beszédképességért is, eszerint ezekben mindenképpen női előny mutatkozik. A tudományos kísérletek egyre több különbséget tárnak fel a két nem között az agy működése alapján. Azt azonban meg kell állapítanunk, hogy a biológiai eltérések sokkal kevésbé felelősek a kommunikációs különbségekért, mint a fiúk és lányok szocializációjában megfigyelhető differenciák. Férfivá vagy nővé a szó szoros értelmében nem a biológiai nem, hanem az erre épülő tanult viselkedésformák tesznek minket. Ezt nevezzük **társadalmi nemnek** (gender). Ezeket nevelődésünk során sajátítjuk el, vagy sajátíttatják el velünk. Már a születéstől kezdve különbséget tesznek a fiúk és a lányok nevelése között, például azzal, hogy a fiúkra kék, a lányokra pedig rózsaszín ruhákat adnak. Később a játékválasztással erősítik tovább az identitást. A lányok általában babát, a fiúk pedig motorcsónakot vagy fegyvert kapnak. Az, hogy a rokonok milyen felszólításokat intéznek a gyerekek felé, szintén elkülöníti a két nem viselkedését. A lányokhoz általában kedveskedve szólnak, például „Szép vagy, amikor mosolyogsz!”, míg a fiúkat többnyire arra buzdítják, hogy legyenek határozottak, például „Üss vissza!” felszólítással (HUSZÁR 2009: 20–22).

FREUD elmélete szerint a nemi identitás kialakulása a biológiai nemhez köthető, és az azonosulás és tárgyválasztás elméletére vezethető vissza. Szerinte a gyerekeknek mindig az azonos nemű szülővel kell egyesülnie, akitől aztán beleélés útján teljes mintákat vesz át. Ez abból adódik, hogy szexuális tárgyként egy másik nemű személyt kell választania, aki

kisgyerekkorban mindenképpen az ellentétes nemű szülő lesz. Ez az úgynevezett Ödipusz-komplexus. A fiúknál, mivel az apát követik, kialakul a tiltó, büntető, követelő személyiség. A lányoknál ez az azonosulás azonban elsősorban a szeretett tárgy elvesztésétől való félelem útján jön létre (H. SAS 1988: 37–38).

RONALD WARDHAUGH szerint azonban a különbségek mögött többnyire ott vannak a társadalmi tényezők, olyan esetekben is, amikor alapvetően a biológiai nemet tartanánk felelősnek az eltérésekért. A nők hosszabb élettartamát például azzal magyarázza, hogy más szerepet játszanak a társadalomban és többnyire másfajta állásokat töltenek be. A férfiak és nők hangbeli eltéréseinek az lehet az oka, hogy vannak bizonyos hiedelmek, amik kapcsolatban vannak azzal, hogyan kell hangzania a férfi illetve a női beszédnek, a verbális képességek különbsége pedig magyarázható a nevelkedés különbségeivel. Az, hogy a fiúk nehezebben tanulnak meg olvasni az iskolában, nem abból következik, hogy velük született képességeik miatt nehezebben sajátítják el ezt a tudást, és a lányokéhoz képest gyenge teljesítményük sem genetikai, sokkal inkább szociokulturális eredetű lehet. A két nem eltérő beszéde pedig abból fakad, hogy alapvetően a férfiak beszédét tartják a normának, és mindig ehhez viszonyítva ítélik meg a nők verbális megnyilvánulásait (WARDHAUGH 1995: 283).

2.2. Verbális különbségek

Függetlenül attól, hogy biológiai vagy társadalmi nemhez kötjük, a női és a férfi nemnek egyaránt vannak kimondottan rájuk jellemző jegyeik, ami a kommunikációt illeti. Ezek persze többnyire általánosítások, nincsenek ugyanis olyan sajátosságok, amik kimondottan csak a férfiaknál vagy csak a nőknél lennének jelen. Ezek a bélyegek azonban már meglehetősen elterjedtté váltak, és mindkét nem esetében nehéz rácsúfolni a sztereotípiákra.

A különbség leginkább a verbális képességekben ragadható meg. Az állítás, hogy a nők beszédkésztsége fejlettebb, mint a férfiaké, általánosan elfogadott, és a gyerekkorban gyökerezik. A lányok hamarabb kezdenek el beszélni, és jóval hosszabb mondatokat képesek formálni, mint a fiúk. A szókincsük éppen a beszéd korai kezdete miatt nagyobb, és nyelvtanilag is pontosabban fejezik ki magukat, később pedig általánosan a helyesírási készségük is fejlettebb, precízebb lesz. Az olvasás terén is a lányok mutatnak elsőbbséget, illetve az olyan jellegű feladatokban is, mint például a szókeresés, ahol adott típusú (mondjuk azonos betűvel kezdődő) szavakat kell gyűjteni. Ez utóbbit nevezzük fluenciának. Felnőtt korban ezeknek a készségeknek a nagy része megmarad, azonban ez nem minden területre

igaz. A verbális intelligencia terén, amikor például egy-egy szó jelentését kell definiálni, a nők egyáltalán nem érnek el jobb eredményeket a férfiaknál (KIMURA 1999: 127).

A nők verbális készségei a már korábban említett agyféltekék közötti erősebb kapcsolattal vannak összefüggésben, tehát ez a tulajdonság a biológiai nemre vezethető vissza. Azonban a beszédmódban felfedezhető eltéréseket a társadalmi nem is befolyásolja. BECKY MICHELLE MULVANEY szerint a fiúk és lányok eltérő nyelvi nevelést kapnak, ugyanis ami egy fiúnak megengedett a beszédben, az egy lány számára gyakran nem ajánlott. A lányokat a nyelv használatára tanítják, ezt mutatja például az is, hogy sokkal gyakrabban használnak kérdőszavakat a mondanivalójuk finomítása érdekében. Hogy a társadalmi nem szempontjából ki férfi és ki nő, nem csak a neveltetés befolyásolja. Manapság nagy szerepe van ebben a médiának, és az ezen keresztül sugárzott üzeneteknek is. Képet fest arról, hogy milyennek kell lennie egy férfinak, illetve egy nőnek, és igen nagy befolyásoló erővel rendelkezik. Korábban ugyanezt a szerepet a mítoszok töltötték be, amelyek retorikájukon keresztül szintén irányították a társadalmi nemek alakulását (MULVANEY 2007).

WARDHAUGH szerint a beszélgetések témája alapján szintén meghatározhatóak a két nem közötti különbségek. Ha férfiak beszélnek egymás között, akkor a tartalom többnyire ugratással, versengéssel, agresszióval, sportokkal függ össze. A nők esetében ezzel ellentétben teljesen más kategóriák jelennek meg, úgy, mint az én, az érzelmek, másokkal való kapcsolatok, a család és az otthon. Ha a két nem egymással lép interakcióba, általában a férfiak irányítják a beszélgetést, de mindkét nem tagjai megpróbálnak alkalmazkodni a témák vonatkozásában. Emellett a kérdésnek is más-más funkciója van a nőknél és férfiaknál. A nők a kérdéseket a társalgás fenntartására használják, míg a férfiak az információszerzés eszközeinek tartják. Emellett a két nem véleménye eltér arról is, hogy mi az agresszív nyelvi viselkedés. A nők mindenféle nyelvi agressziót személyük ellen irányulónak, bomlasztónak és negatívnak tartanak, a férfiak számára ugyanez csupán a társalgás szervezésének egyik módja. A problémamegoldáshoz és a tanácsadáshoz is eredendően másképpen viszonyulnak. A nők hajlamosak beszélni a problémáikról másoknak, míg a férfiak inkább a megoldást keresik és tanácsokat adnak (WARDHAUGH 1995: 288–289).

2.3. Nyelven kívül eső különbségek

A beszédben megfigyelhető különbségeken kívül számos olyan eltérést is észlelhetünk a két nem esetében, amelyek a nonverbális kommunikációhoz köthetőek. A tesbeszéden alapuló differenciák szintén elég sokrétűek lehetnek. A legtöbb kutató vélekedése alapján az arc

kifejezőerejéhez kapcsolható különbségek a leginkább jellemzőek. A nőknél általános sajátosság a hosszú szemkontaktus, illetve a sokatmondó arcjáték. Ezek szociális okokra vezethetők vissza, a lányokat ugyanis már gyerekkorban sokkal inkább bátorítják érzelmeik kimutatására, mint a fiúkat. Éppen ezért a nők esetében gyakoribbak az emocionális megnyilvánulások is, így a mosoly, nevetés és a sírás. Mindemellett a gyengébbik nemnél elterjedtebb és változatosabb a gesztikulálás, azonban ez különböző társadalmi közegekben eltérő módon alakul (HUSZÁR 2009: 78–79).

Az érzékelésben megfigyelhető nemek közti ellentétekért ANNA MOIR és DAVID JESSEL szerint a hormonális különbségek felelősek. Ezek a serdülőkorban csúcsosodnak ki, életünk ezen szakaszában ugyanis jelentős hormonális változásokon megyünk keresztül. Ebből adódóan a nők érzékei finomabbak mint a férfiaké, sokkal érzékenyebbek a tapintásra, szagokra és a hangokra. Egy bizonyos dolog látványára is fogékonyabbak és könnyebben vissza tudnak emlékezni arra, hogy mit láttak. A nők emocionálisabbak, fontosak számukra az emberek közötti kapcsolatok, és ez már csecsemőkorban megfigyelhető, hiszen a lányoknál gyakrabban vesszük észre, hogy szemkontaktust keresnek a környezetükben lévőekkel. Ezzel magyarázható az is, hogy a lányok mindig bensőségesebb, meghittebb kapcsolatot ápolnak barátnőikkel, mint a fiúk az azonos nemű barátaikkal. A nők könnyebben jegyeznek meg arcokat, illetve azt is egyszerűbben veszik észre, hogy mit sugall a másik ember a viselkedésével, vagy, hogy éppen milyen hangulatban van. A férfiak ezzel szemben az érzékelésben, különösen a hallásban és tapintásban alulmaradnak. Míg a nők egyszerre több dologra is oda tudnak figyelni, a férfiak csak egy valamire képesek céltudatosan koncentrálni, ám erről semmi nem tereli el a figyelmüket. Jellemző rájuk, hogy a problémákat általános és gyakorlati, de ezen felül önző szemszögből közelítik meg. Ha például ugyanarra az időpontra két meghívást is kapnak két különböző eseményre, akkor az alapján mérlegelnek, hogy melyik invitálásból származhat több hasznuk (MOIR–JESSEL 1992: 131–132).

A testfelépítésből adódó különbségek egyike a motoros képességek közötti eltérés. Mindez az őskorra, és az itt kezdődő szerepmegosztásokra vezethető vissza. A nagyobb volumenű mozgások esetében a fiúk mutatnak fölényt, ami az izomzatban és a testi erőben megnyilvánuló fölényük következménye. A finommotoros mozgásokat tekintve azonban inkább a lányok jeleskednek. Ezek kialakulásában közrejátszottak az őskorban kiosztott általános társadalmi szerepek, miszerint a férfiak végezték a vadászatot, a nők pedig a gyűjtögetést, szövést, fonást illetve a cserépedények készítését. Az evolúció során a feladatok ugyan változtak, de a készségek máig ugyanebben a megosztásban vannak jelen a két nem között (KIMURA 1999: 57).

3. Férfiak és nők közötti különbségek az internetes kommunikációban

A két nem közötti különbség tehát számos szempontból vizsgálható, úgy mint verbális vagy nonverbális kommunikáció, illetve nyelven kívül eső differenciák viszonylatában is. Ezeknek az eltéréseknek a kutatása viszonylag régre nyúlik vissza, azonban napjainkban egy újabb vizsgálódási szempont is megjelent a témával kapcsolatban, méghozzá az internet és a média elterjedésének köszönhetően. A média, jelentős befolyásoló erejének köszönhetően bizonyos szempontból kihatással van a társadalmi nem kialakulására is. Legelterjedtebb és legnépszerűbb ága az internet, amit férfiak és nők egyaránt használnak. Mivel a világhálón keresztül is kommunikációt folytatunk, e-maileket küldünk, csevegőprogramokban beszélgetünk, esetleg blogolunk, vagy fórum hozzászólásokat írunk, így előbb vagy utóbb ezen a téren is kialakulnak kommunikációs különbségek a férfiak és nők között. Ezek megfigyelhetőek az internet használatára vonatkozó szokásokban, valamint az írásbeli kommunikáció jellegében egyaránt.

Manapság a tömegkommunikáció korát éljük, ami a könyvnyomtatás elterjedéséből és a felvilágosodásból gyökerezik, viszont ehhez képest rengeteg újat hozott számunkra. Eltűntek például a formális, tudományos levelek és átvette helyét a csevegés, ami képes összekötni akár a világ két felét is. Ez a fajta kommunikáció ugyan alapvetően írásos formában zajlik, mégis inkább a beszélt nyelv jellemzőit hordozza magán. Ez megmutatkozik abban, hogy spontán és nem megszerkesztett, valamint folyamatos. Ezt a jelenséget nevezi WALTER J. ONG másodlagos oralitásnak (VARJÚ 2013).

A média a társadalmi nem alakulását erőteljesen befolyásolja már egészen kisgyermek kortól kezdve. CRYSTAL SMITH, akinek a szakterülete a szociális média és a marketing, arról készített statisztikát, hogy többségében milyen szavak jelennek meg a fiúknak, illetve a lányoknak ajánlott játékok reklámjaiban. A különbség meglehetősen kirívó. A fiúknak főként olyan játékokat javasolnak, amiben a hangsúly az autókkal való száguldáson, harcon, háborún és öldöklésen van. Ezekben a reklámokban főként olyan szavak jelennek meg, mint a csata, erő, hősök, akció, pusztítás és támadás. Ezzel szemben a lányokat célzó játékreklámokban divattal, babázással, mesékkel kapcsolatos szavak jelennek meg, így például a szeretet/szerelem, varázslat, móka, csillogás, bűbáj vagy az édes (SMITH 2011). Bár Smith kutatása nem tudományos jellegű, azt mégis jól mutatja, hogy a nemi sztereotípiák feltűnően jelen vannak a médiában is. Valószínűleg ez vezethet ahhoz, hogy az emberek többsége előítéllettel viselkedik a különböző nemek iránt, illetve ahhoz, hogy a nők alacsonyabb rendűnek, gyengébbnek érzik magukat a társadalomban, mint a férfiak.

Ezt a jelenséget prezentálja J. M. JAFFE és társai kutatása is. Ez alapján többek között az internetes álnevek használatában mutatkozik szembetűnő különbség a két nem között, ami összefügg az internet adta szerepjátszási lehetőségekkel. A világhálón ugyanis megadatik az anonimitás lehetősége, aminek köszönhetően bárki bújhat valaki más bőrébe. Eszerint a nők jóval többször rejtőznek olyan álnevek mögé, amik elfedik a nemüket. Ezzel valószínűleg arra tesznek erőfeszítéseket, hogy biztosítsák egyenlő státuszukat a társalgás során. Arról, hogy erre miért van szükség több vélemény is van, de abból a szempontból ezek összezsengenek, hogy a nők ezáltal próbálják meg elkerülni a szexuális zaklatást illetve a diszkriminációt, valamint így könnyebb számukra a hatalomról és a nemről beszélni. Ennek a fordítottja is előfordulhat, amikor a férfiak választanak maguknak női álnevet. Ennek oka azonban leginkább a figyelemfelkeltés lehet (JUHÁSZ 2007: 71).

SUSAN HERRING több tanulmányában is foglalkozik a számítógépes kommunikációval. Egyik kutatása során két elektronikus levelezőlistát vizsgált, amelyekre egyetemi oktatók és kutatók regisztrálhattak, akik közül bárki küldhetett e-mailt a csoportba, és így mindenkihez eljutott az információ a listán szereplő személyek közül. Így elemezte a férfiak és nők internetes nyelvhasználatát, amelyek közt, mint ahogyan az várható volt, mutatkoztak különbségek. Ez alapján a férfiak egyébként kisebbségben lévő csoportja dominált a kommunikációban, ami a küldött szövegek mennyiségét illeti. Ezen túl a retorikájukban is megmutatkoztak a jellemző vonások, például a kritizálás, ellenséges hangnem, vagy az öndicséret. A nők kerültek a konfliktusokat, ami valószínűleg a férfiaktól eltérő szocializációból fakad. Kevesebbszer szóltak hozzá a témához, illetve kevesebbet is írtak, valamint többször kértek elnézést, és nem is kritizáltak túl sokat. Mindezt Herring egy későbbi tanulmányában is megerősíti. Itt már internetes fórumokat és levelezőcsoportokat vizsgál, ahol szintén megfigyelhető, hogy a férfiakra sokkal inkább jellemzőek a terjedelmesebb üzenetek, valamint a véleménynyilvánítás, diskurzusirányítás és -zárás és a nyersebb megfogalmazás. Ezzel szemben a nők gyakrabban mondanak köszönetet, dicsérnek vagy kérnek elnézést, emellett pedig jobban zavarja őket, ha valaki levelezés közben vét az udvariasság szabályai ellen. Mindennek a magyarázata az, hogy a vitázás eredendően a férfiassághoz köthető, míg a szociális harmóniára vágyódás hagyományosan a nőkhöz (HÁHN 2008: 86–87)

Jól észrevehető tehát, hogyan vonult végig a férfiak és nők írásbeliségében megmutatkozó különbségek az elsődleges írásbeliségből gyökerezve egészen napjainkig, a tömegkommunikáció korszakáig. Megfigyelhető számos eltérés az e-mailezésben, a fórum hozzászólásokban, azonban manapság a differenciák leginkább korunk legnagyobb közösségi hálóján, a Facebookon csúcsosodnak ki.

4. Napjaink meghatározó kommunikációs tere, a Facebook

4.1. A Facebook mint kommunikációs tér

A Facebook új keletű találmány, amely mára már behálózta az egész világot. A népesség igen nagy hányada rendelkezik felhasználói fiókkal, akinek nincs, az pedig biztosan ismer olyat, aki regisztrálva van az oldalon. A kezdetben Thefacebook.com néven futó portál 2004 februárjában kezdte meg működését, létrehozója Mark Zuckerberg volt. Eleinte csak a Harvard egyetem hallgatói használhatták az oldalt, később, a kezdeti sikerek hatására, a cég terjeszkedni kezdett. Először csak néhány másik egyetem hallgatóinak küldték el az oldal linkjét, innen azonban már szinte magától vált világszerte egyre inkább ismertté (BELEZNAY 2010: 46–48).

Eleinte az oldal csak olyan alapvető funkciókkal bírt, mint az üzenetküldés, a saját profiloldal, illetve az ismerősök keresése. Mára ugyan számos fejlesztésen ment keresztül a portál, de még mindig ezek a kommunikációra leggyakrabban használt alkalmazások a felhasználók körében. A regisztráció első lépése, hogy kitöltünk egy rövid kérdőívet, és ezáltal létrehozunk egy saját profiloldalt, amit bármelyik más felhasználó meg tud tekinteni, ha bővebb információkra kíváncsi rólunk. Olyan alapvető kérdések szerepelnek ebben, mint a név, születési hely és idő, lakóhely, iskolák és családi állapot. Ezen felül megadhatunk elérhetőségeket, úgy–mint telefonszám, levelezési cím vagy e-mail cím, de ezeket a rovatokat nem kötelező kitölteni. Aki még bővebben akar nyilatkozni magáról, az válaszolhat az érdeklődési körrel, szexuális beállítottsággal, illetve vallási és politikai nézetekkel kapcsolatos kérdésekre is. A saját profiloldalhoz tartozik egy úgynevezett profilkép, ami ideális esetben egy olyan fénykép rólunk, amin jól látszik az arcunk. Ez az első kép, amit egy másik felhasználó meglát, amikor a személyes oldalunkra kattint információszerezés céljából. Ezen felül tölthetünk fel további fényképeket is, akár tematikusan, külön mappákba rendezve őket. VESZELSZKI ÁGNES felhívja a figyelmet arra, hogy a képeknek, különösen a profilképnek manapság igen meghatározó szerepe van, ha figyelembe vesszük, hogy nem csak a barátaink, hanem akár a jövőbeli munkaadónk is hozzáférhet ezekhez. Hatalmuk nagyobb mint gondolnánk, a brit munkáltatók egyharmada nyilatkozta ugyanis azt, hogy a felvételnél számára befolyásoló tényező volt a jövőbeli alkalmazott internetes önreprezentációja (VESZELSZKI 2011: 125). A továbbiakban megadhatjuk még kedvenc filmjeinket, tévéműsorainkat, előadóinkat és szabadidős tevékenységeinket is. Mindenki saját maga döntheti el, hogy mit oszt meg a többi felhasználóval. A profilunk szerkesztése után

elkezdhetünk ismerősöket keresni. Ehhez az oldal tetején található kereső sávba kell beírunk annak a személynek a nevét, akit meg szeretnénk találni. Ha az illető regisztrált felhasználó, akkor a neve megjelenik a találatok között. Ha nem tagja az online közösségnek, akkor a kereső program a tudunkra adja, hogy nincs találat az általunk keresett névre. Amennyiben ráleltünk egy ismerősünkre, a „megjelölés ismerősnek” gomb segítségével küldhetünk neki egy felkérést, amiből ő értesül arról, hogy szeretnénk, ha a barátaink listáján szerepelne. Az ismerősünk visszagazolása után a kapcsolatfelvétel elsősorban az üzenetekén keresztül történik meg. Éppen ezért ez a funkció az, ami az évek során a legtöbb fejlesztésen ment keresztül. Hasonlóan működik mint a többi levelező rendszer. Ha új üzenetünk érkezik, azt az oldal tetején az „üzenetek” ikon fölötti kis szám jelzi (a szám attól függően változik, hogy hány új üzenetünk érkezett). Megnyitás után elolvashatjuk a kapott levelet, majd válaszolhatunk rá. A növekvő Facebook–populáció hatására–és az üzenetváltás felgyorsítása végett vezették be később a chat alkalmazást. Ez azt jelenti, hogy mindenki számára látható, mely ismerőseink vannak éppen online állapotban (az, hogy ez a lista az éppen aktív barátainkról milyen formában jelenik meg az oldalon, az évek során több alkalommal változott). A beszélgetés egy kattintással indítható el, arra a névre, akivel párbeszédet szeretnénk kezdeményezni. Az üzenetküldésnél sokkal gyorsabb, folyékonyabb módja ez a kommunikációnak, hiszen a másik fél rögtön reagálhat a mondanivalónkra. Leginkább ez hasonlítható az élő szóban való beszélgetéshez, ugyanis chatelés közben sem alkotunk hosszú, teljes mondatokból álló szöveget, sokszor csak félmondatokban kommunikálunk egymással. ANDÓ ÉVA, a témában íródott tanulmánya alapján, további beszélt nyelvi sajátosságokat is megfigyelhetünk a chat beszélgetéseket tanulmányozva. Grammatikai szempontból vizsgálva a chaten történő kommunikációban észrevehető, hogy a beszédhez hasonlóan itt is ritkábbak az elvont főnevek, viszont gyakoribbak a ragozott igealakok és a jelentést árnyaló kifejezések („*tulképp*”, „*asszem*” stb.). Ezen túl a szleng használata sem ritka az üzenetküldő programok esetében. Emellett ma már a beszéd prozódiai jegyeit is meg tudjuk jeleníteni írásban. A kiabálást például csupa nagybetűvel jelölve, a hangsúlyozást és kiemelést pedig betűhalmozással. A hangulatunkat a különböző hangulatjelek használatával mutathatjuk ki. Ezek kis arccokkák, amik mímelik az emberi arckifejezéseket. Mindegyik egy bizonyos billentyűkóddal hívható elő. (ANDÓ 2010: 39–40). A chat alkalmazás a Facebookon 2008 óta érhető el, és BELEZNAY PÉTER szerint semmiben nem különbözik a korábban már ismert csevegőprogramoktól, mindössze annyiban, hogy sokkal kevesebb funkcióval rendelkezik, mint elődei. A cél azonban nem is az volt, hogy ez legyen a legjobb azonnali üzenetküldő program, hanem, hogy akik hosszabb eszmecsere

kívánnak folytatni egymással, azoknak legyen erre lehetőségük a Facebook oldalán belül is. Eleinte csak két személy között folyhatott párbeszéd, majd később már akár csoportos beszélgetéseket is indíthattunk, amelynek végtelen számú résztvevője lehetett. Az újítások egyike az is, hogy a chaten való beszélgetéseink bekerülnek a többi üzenetváltásunk közé, így azok bármikor visszakereshetőek (BELEZNAY 2010: 23).

Az oldal folyamatosan fejlődik, és évről- évre több funkcióval rendelkezik. Ezek közül a leggyakrabban használtak a csoportok illetve az események. **C s o p o r t o k a t** létrehozhat bármely felhasználó, és mi is csatlakozhatunk mások által megalkotott virtuális közösségekhez a Facebookon belül. Ezek szinte bármilyen elv alapján kialakulhatnak, akár egy egyetemi évfolyam vagy egy szűkebb baráti kör is létrehozhat külön csoportot, de olyan nagyobb létszámú közösség is, mint például Debrecen város lakói vagy a rockzene kedvelői. Ezt a bal oldali sávban a „csoport létrehozása” felírra kattintva készíthetjük el. A csoport lehet nyílt (a bejegyzések más ismerőseink számára is láthatóak lesznek), vagy zárt (csak a tagok láthatják az itteni bejegyzéseket). Amennyiben zárt közösséget hozunk létre, vagy egy ilyennek leszünk a tagjai, akkor megtehetjük, hogy egy bizonyos tartalmat nem osztunk meg az összes ismerősünkkel, csak olyanokkal, akik számára ez értékes lehet az azonos érdeklődési kör miatt. A másik népszerű alkalmazás az **e s e m é n y e k**. Ezt szintén bárki használhatja, ugyancsak a jobb oldali sávban az „esemény létrehozása” felírra kattintva. Ilyenkor egy felugró ablakban meg kell adnunk az általunk szervezett összejövetel időpontját, helyszínét és egy rövid leírást. Ezután az „ismerősök meghívása” gombra való kattintás után bárkit invitálhatunk találkozóra. Az illetőknek a Facebook értesítést küld a meghívásról, ők pedig az esemény oldalán a sarokban található legördülő sávban kiválaszthatják a három opció (Ott leszek, Talán ott leszek, Nem veszek részt) egyikét.

A kezdetekhez képest a legjelentősebb újítás az **ü z e n ő f a l** bevezetése volt. Chatelés és üzenetváltás közben többnyire privát információkat osztunk meg egymással, ezzel szemben az üzenőfalon közzétett tartalmakat bárki olvashatja az ismerőseink közül. GRAHAM MEIKLE összefoglalása alapján a facebookos hírfolyam összességét képezi a különböző személyes tartalmaknak, jelentéktelen trivialitásoknak, politikai hirdetéseknek és figyelemfelkeltő bejegyzéseknek. Találkozhatunk képekkel, videókkal, linkekkel, önmagasztalásokkal, vallomásokkal és felhívásokkal. Olyan emberek osztják meg ezeket, akiket talán jól ismerünk a valós életben is, de lehet, hogy csak alig, vagy egyáltalán nem. Az üzenőfal tehát furcsa keveréke a személyes kommunikációnak és a nyilvánosságnak (MEIKLE 2010: 13).

Az üzenőfal azonban nem csupán a megosztási lehetőséget jelenti. Ha valaki közzétesz egy képet, videót, szöveget vagy bármilyen más tartalmat, ahhoz bármelyik ismerőse kommentárt

fűzhet, kinyilvánítva ezzel tetszését, nemtetszését, vagy kinyilatkoztatva saját véleményét a témával kapcsolatban. A tetszésnyilvánítás kissé passzívabb formája a „*lájkolás*” a leggyakoribb kinyilatkoztatási formának minősül a Facebook világában. A lájkolás „idegen eredetű kifejezés, az angol *like*,- ’szeret’, ’kedvel’ igéből származik. Az idegen eredetű szótóhoz az *-l* beillesztő igeképzőt fűzzük, így kialakul a *lájkol* szóalak, ami hozzávetőlegesen azt jelenti, hogy ’kedvel valamit’, ’tetszését, szimpátiáját nyilvánítja ki valami iránt’. A *lájkol* jelentése komplex, jól beilleszthető a magyar mondatkörnyezetbe, ám vannak, akik esztétikailag kifogásolják idegenszerűsége miatt. A nyelvhasználat viszont eldönti lassan ezt is, hiszen a lájkol egyre népszerűbb, egyre gyakrabban fordul elő már a Facebookon kívüli szövegkörnyezetben is.” (BÓDI 2013).

4.2. A Facebook népszerűségének okai

Nem csupán a Facebook, hanem az egész internetes kommunikáció elterjedésére, és általánossá válására igaz, hogy fogadtatása meglehetősen szélsőséges. KRAJCSI ATTILA, KOVÁCS KRISTÓF és PLÉH CSABA három csoportját különíti el a társadalomnak, az új kommunikációs technikákhoz fűződő viszonyuk alapján. Az optimisták tábora úgy véli, hogy ezen technikák megjelenésével radikális és pozitív változások következtek be a kommunikációban. Bármikor elérhetjük a szeretteinket, és sokkal hatékonyabban folytathatjuk munkánkat is, megkönnyíti a szervezést és az információszerzést. A pesszimisták, ezzel szemben úgy vélik, hogy inkább negatív hatásokkal bírnak a technikai újítások, ugyanis sokak számára függőséget okoznak, és ezáltal elszigetelődhetnek a társadalomtól. Negatívumként fogják fel a technika fejlődésével arányosan bekövetkező nyelvi romlást is. Van azonban egy harmadik csoport, a stabil biológiai rendszerek hívei, akik nem hisznek abban, hogy bármilyen radikális társadalmi módosulás végbemehetne a technikai fejlődés hatására (KRAJCSI–KOVÁCS–PLÉH 2001: 93–94).

A technikai innovációk nem hatnak mindenkire egyformán, ezért effektusaikról nem lehet általánosan beszélni. A Facebook sokak számára valóban függőséget okoz, míg vannak, akiknek elég akár naponta csak egyszer bejelentkezni a profiloldalukra, de számos olyan ember van, akit nem ragadott magával az új örület, és nem is regisztrált az oldalra. Az egyre növekvő Facebook–populáció jelenleg 4 milliárd felhasználót számlál, akik közül minden második, naponta legalább egyszer meglátogatja az oldalt. Egy internetes portálok forgalmát követő vállalat 2009. decemberi kimutatásai alapján, a Facebook a második leggyakrabban használt

internetes oldal. Az egyetlen, ami megelőzi, a népszerű keresőprogram, a Google (GIL DE ZÚNIGA–VALENZUELA 2010: XXXI–XXXII).

Azt, hogy mi az, ami leginkább ösztönzi az embereket arra, hogy a Facebookhoz csatlakozzanak, JAMES GRIMMELMANN foglalta össze. Az első motiváló tényező az *i d e n t i t á s* kifejezésének lehetősége. A profiloldalunk elkészítése során számos információt közlünk magunkról, melyek által körvonalazódik a személyiségünk. Ehhez később hozzájárul minden más is, amit a Facebookon megosztunk, például a képeink és az üzenőfali bejegyzéseink. A másik dolog, ami a csatlakozásra sarkallhat valakit, a *k a p c s o l a t o k é p í t é s e*. A profiloldalunk kitöltése után a következő lépés az, hogy felvesszük a kapcsolatot az ismerőseinkkel. Ez történhet üzenetben vagy üzenőfalon keresztül, a lényeg, hogy kommunikációt kezdeményezünk másokkal. A harmadik dolog, ami regisztrációra készíthet, a *c s o p o r t h o z t a r t o z á s*. Azzal, hogy bekapcsolódunk a Facebook világába, máris egy 4 milliárd fős közösség tagjai leszünk. Ezen belül pedig előbb-utóbb mindenki tagjává válik egy kisebb csoportnak is, például közös érdeklődési kör, iskola, lakóhely vagy akár szabadidős tevékenység alapján (GRIMMELMANN 2010: 6–7).

ROBIN DUNBAR pletykaelmélete, mely szerint a nyelv az embereknél csoportösszetartó szereppel bír (DUNBAR 1996), bizonyos értelemben a Facebook esetében is megállja a helyét. Az információk gyűjtése, a csevegés, a pletyka és a betekintés mások életébe általánosan fontos az emberek számára. WITTKOVER szerint a legvonzóbb dolog a Facebookban, hogy folyamatosan nyomon tudjuk követni az ismerőseink tevékenységeit. A népszerű közösségi oldal a televízióhoz hasonlítható abban a tekintetben, hogy egyik célja a szórakoztatás. Jelentős különbség azonban, hogy akiket a Facebookon nyomon követünk, azok nem egy színésztársulat tagjai, hanem többnyire olyan emberek, akiket személyesen is ismerünk. Ettől még érdekesebbé válik számunkra az üzenőfal böngészése (WITTKOVER 2010: XXIX).

BELEZNAY PÉTER hasonlóan vélekedik, szerinte a Facebook teljesen új értelmet adott az internet használatának. Megjelenése előtt a világháló legfontosabb céljai a kommunikációs lehetőségek fejlesztése, a tartalom feltöltése, a különböző adatok egyszerű elérhetősége, illetve az információk rendszerezése és kereshetősége voltak. A Facebook ezen túlmutat, ugyanis ebben az esetben már nem az információ mennyisége lesz fontos, hanem az ezek mögött álló hús- vér emberek (BELEZNAY 2010: 55–56).

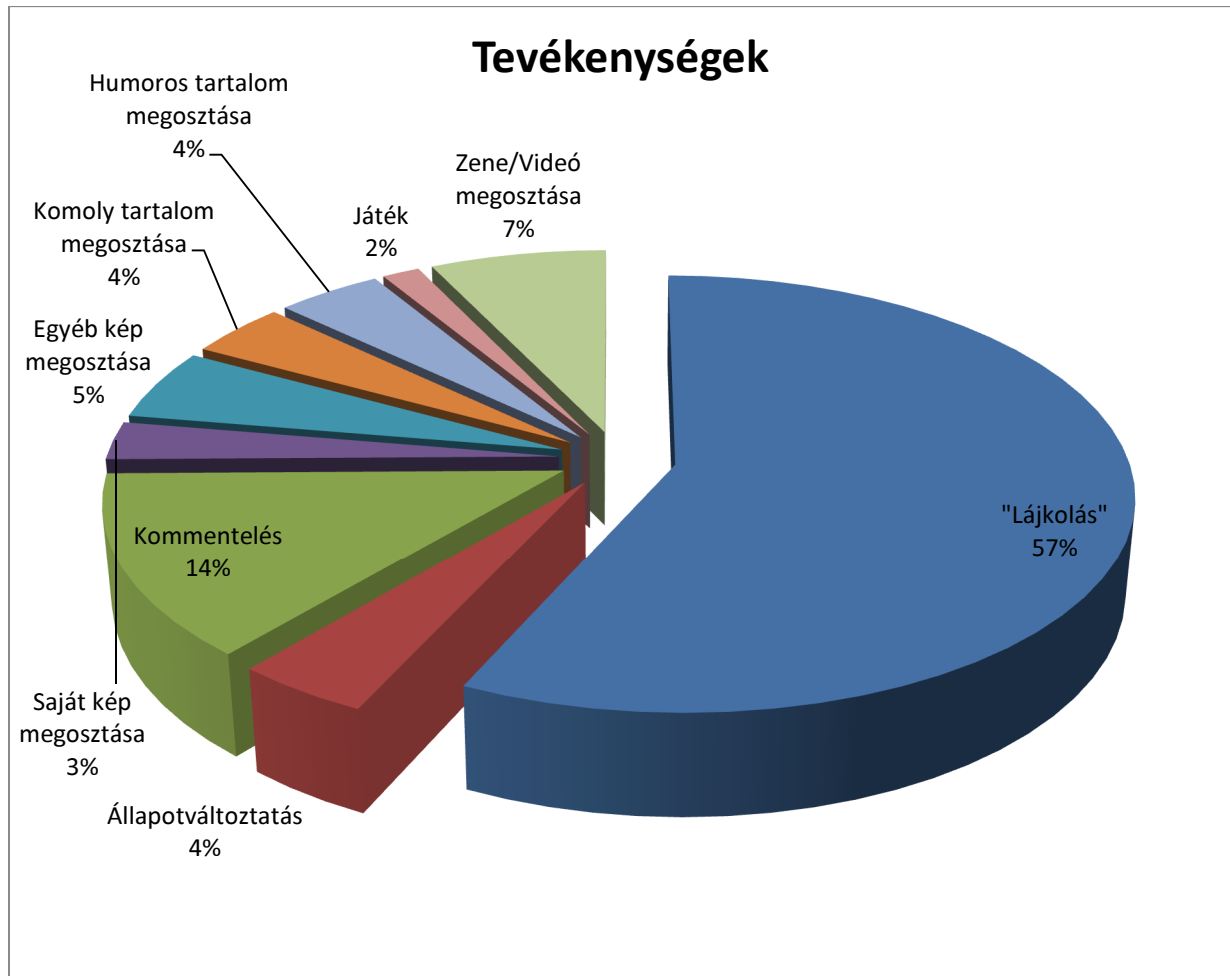
5. A női és férfi kommunikációs eltérések a Facebook üzenőfalán

A Facebook az internet elterjedésével és a közösségi oldalak divatossá válásával mára már mondhatni egy új életteret képez számunkra. Kommunikációnk jelentős hányadát folytatjuk a portálon, akár a chatalkalmazást, akár az üzenőfalat használva. Éppen ezért szükségesnek tartom annak vizsgálatát, hogy mennyiben térnek el a férfi és női kommunikációs jellegzetességek ezen a felületen. Megfigyelésemet tíz általam kiválasztott egyetemistára alapoztam, akik között a fiúk és a lányok fele-fele arányban voltak jelen. A személyek kiválasztásánál külön figyelmet fordítottam arra, hogy mindegyikőjük aktív felhasználója legyen az oldalnak, olyan értelemben véve is, hogy naponta akár több megnyilvánulása is feltűnik az üzenőfalon. Ezáltal könnyebbé válik a bejegyzéseik tartalmának vizsgálata. A követésüket úgy oldottam meg, hogy mindegyikőjükönél beállítottam a „Közeli ismerős” funkciót, ami azt jelenti, hogy a Facebookon belül egy külön lapon folyamatosan figyelhető az általam kiemelt személyek összes tevékenysége. Míg az üzenőfalon többnyire csak a megosztott tartalmakat látjuk, a közeli ismerősök esetében minden más megnyilvánulást is, például, hogy az illető milyen tartalmakat kedvelt, vagy mikhez szólt hozzá, illetve milyen játékokkal játszott. Megfigyelésemet két héten keresztül végeztem, majd az összegyűjtött adatokat négy különböző diagram segítségével ábrázoltam. Ezek bemutatják, hogy a megfigyelt felhasználóim összességében milyen tevékenységeket folytatnak a Facebookon, illetve milyen témákban jelennek meg bejegyzéseik. Ezeknek százalékos megoszlását ábrázoltam. A második két diagram a nemek közötti eltérésekre mutat rá, vagyis arra, hogy egy-egy témában a fiúk vagy a lányok írnak-e több bejegyzést, és, hogy bizonyos tevékenységeket melyik nem részesít inkább előnyben.

5.1. A tevékenységek megoszlása

Ahogy az első ábrán látható, a Facebookon kilenc különböző tevékenység folytatható, ha a chatelést nem számítjuk, tehát csak a nyilvános, mindenki számára látható aktivitásformákat vesszük figyelembe. A „lajkolás” alatt értendő minden olyan tetszéspinyilvánítás, ami nem szöveges, csupán a „tetszik” gomb megnyomásával történik. A kommentelés hasonló funkcióval bír, annyi különbséggel, hogy ebben az esetben szövegesen formálható vélemény, tetszés vagy nemtetszés egyaránt. Állapotváltoztatásnak számítanak az olyan szöveges bejegyzések, amikhez nem tartozik kép, videó vagy zene. Ezek lehetnek naplóbefejegyzésre

emlékeztető hosszabb vagy rövidebb írások, amik során az egyén egy történetet mesél el saját életéből merítve, de akár idézet vagy vers is.



1. ábra. A tevékenységek megoszlása

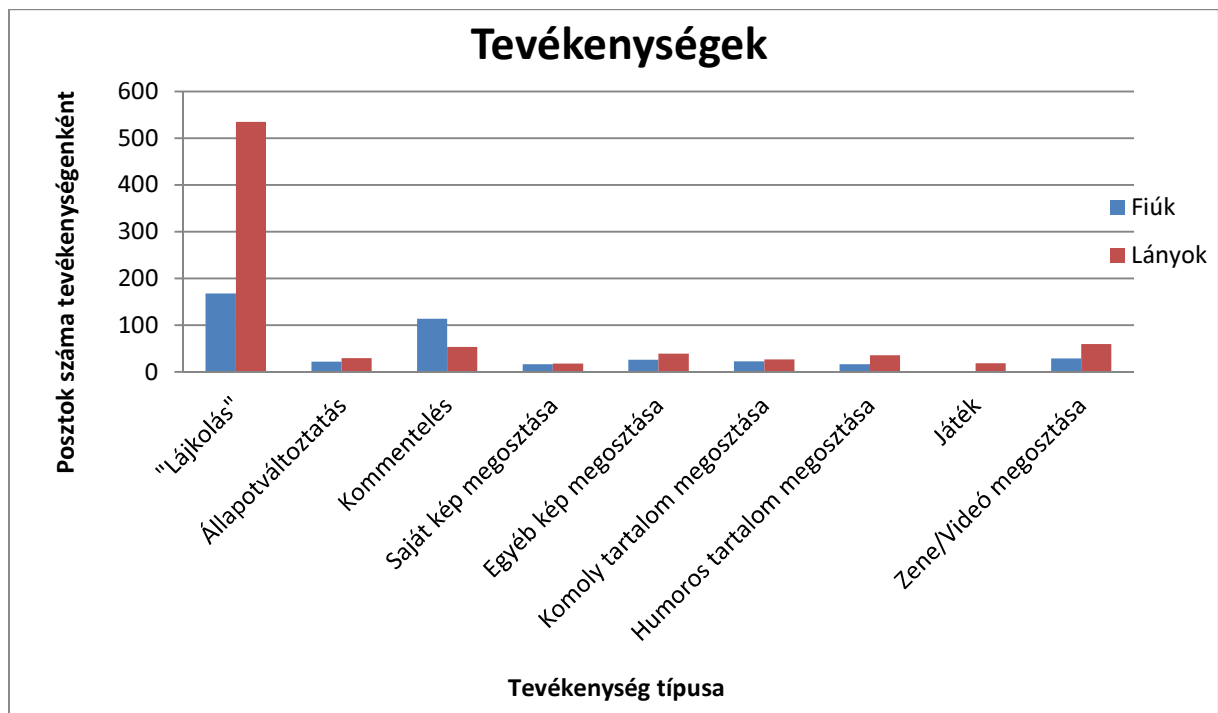
A képek megosztása alapvetően két csoportra osztható. A saját kép megosztása során önmagunkról teszünk közzé vizuális tartalmat, esetleg bármilyen eseményről, aminek mi is részesei voltunk. Az egyéb kép megosztása alatt értendő minden más felvétel, amin nem mi szerepelünk, és nincsen közvetlen kapcsolatunk vele. Ilyen lehet például egy festmény vagy egy tájkép, ami valamiért elnyerte tetszésünket, és ezt tudatni szeretnénk a közösségi háló többi felhasználójával is. Az egyéb tartalmak megosztása szintén kétfelé bontható: egyrészt komoly, másrészt humoros kategóriákba sorolhatóak be. Ide a Facebookon kívül eső oldalak bejegyzéseinek megosztását soroltam, amiket nem közvetlenül mi teszünk közzé, hanem egy, már korábban máshol is megjelent cikket, képet, idézetet vagy videót a „megosztás” gomb segítségével láthatóvá teszünk a saját üzenőfalunkon. Ma már szinte minden oldalhoz tartozik ilyen funkció, ami közvetlenül a Facebook portáljára vezet, láthatóvá téve ott bármilyen külső

tartalmat. A Facebookon található különböző szórakoztató alkalmazásokat is, amik között a primitív szinttől egészen a valamivel komolyabb stratégiai játékokig terjedően mindent megtalálhatunk. Ezeknek használatáról, az elért pontokról és a játékokban való történésekről a felhasználó hozzájárulásával a Facebook bejegyzést készít az üzenőfalra, így bárki láthatja, hogy az adott személy milyen alkalmazást használ, és ennek mik az aktuális fejleményei. A zene és videó megosztása címszó alatt értendő mindenféle Facebookon kívül eső csatornáról (például Youtube) megosztott mozgókép vagy zene, illetve akár saját készítésű felvételek is.

A diagramon jól látható, hogy a „Lájkolás” teszi ki az összes cselekvésnek több mint a felét, 57%-ot. Ennek magyarázata valószínűleg az, hogy ez a legkézenfekvőbb módja annak, hogy egyetértésünket vagy tetszésünket fejezzük ki egy bizonyos tartalommal kapcsolatban, ugyanis mindössze egy kattintásba kerül. A második helyen álló tevékenység a kommentelés (14%), ami szintén a véleménynyilvánítás eszköze, így jól megfigyelhető a kettő közti differencia. Míg a „lájkolás” egyetlen másodpercet vesz igénybe, a kommentelés hosszadalmasabb folyamat, valószínűleg ezért használják jóval kevesebben. Ugyanakkor utóbbival nemtetszést is ki lehet fejezni, mert saját magunk formálhatjuk meg a véleményünket szöveges formában. A harmadik legnépszerűbb tevékenység a zene és videó megosztása (7%), majd ezt követi az egyéb kép megosztása (5%), a humoros és a komoly tartalom megosztása (mindkettő esetében 4%), a saját kép megosztása (3%), végül pedig a játék (2%). Az első két tevékenységtípussal ellentétben a többi esetében nem figyelhető meg jelentős eltérés az egyes kategóriák között. Érdeemes megjegyezni, hogy az általános nézetrel ellentétben, miszerint az emberek inkább saját magukról osztanak meg képet a közösségi portálokon, az általam vizsgált személyeknél észrevehető különbség mutatkozik a kétféle vizuális tartalom megosztásában, de az egyéb képek közzétételének javára. A komoly és humoros tartalom megosztását illetően nem mutatkozik semmiféle eltérés, ami mindössze azt bizonyítja, hogy a Facebook ugyanúgy alkalmas mindkét témában történő közlésre. A játékhasználat annak ellenére, hogy a közösségi oldal megjelenésekor népszerűbb volt mint bármelyik más funkció, mára jelentősen kevésbé közkedvelt.

5.2. A tevékenységek megoszlása nemek szerint

A következő diagram szintén a tevékenységek megoszlását ábrázolja, ám ezúttal abból a szempontból, hogy a két nem melyik funkciót milyen gyakorisággal használja, és ez alapján milyen különbségek figyelhetők meg a fiúk és a lányok Facebook-használata között. A megoszlást ezúttal számszerűen vázoltam fel.



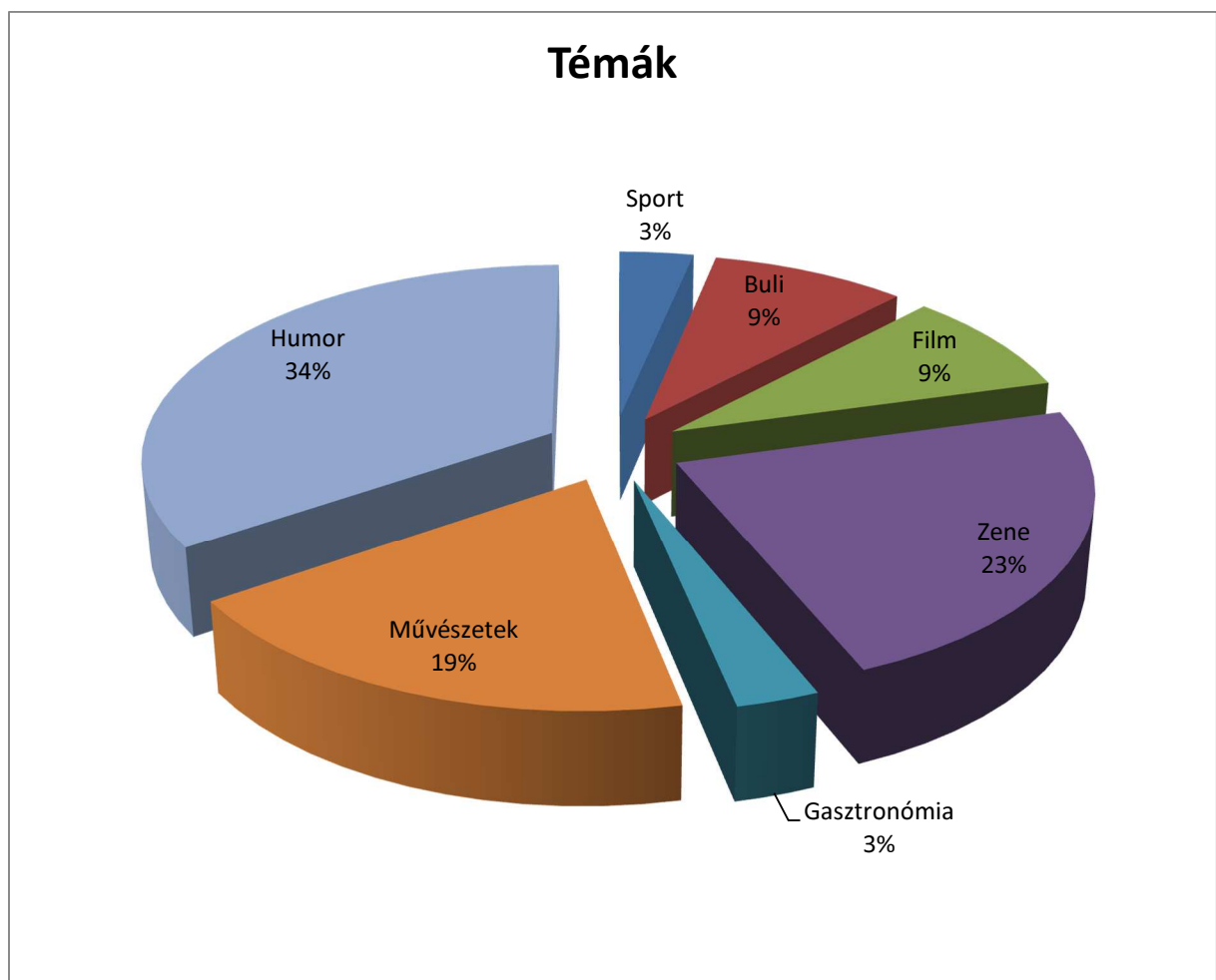
2. ábra. A tevékenységek megoszlása nemek szerint

A leginkább szembevetendő különbség a „lájkolás” esetében figyelhető meg, a lányok ugyanis körülbelül négyszer annyi alkalommal fejezték ki tetszésüket egy-egy tartalommal kapcsolatban mint a fiúk. Ebből levonhatnánk a következtetést, miszerint a lányok aktívabb felhasználói az oldalnak, de mindezt rögtön meg is cáfolja a kommenteléseknél szintén feltűnő eltérés, miszerint a fiúk kétszer annyi esetben nyilvánítottak ki szöveges véleményt, mint a másik nem képviselői. Minden más területen a lányok mutatnak nagyobb aktivitást, még, ha a különbség legtöbb esetben nem is szembevetendő. Ez alól egyedül a saját kép megosztása jelent kivételt, ugyanis ott megegyezik a két nem által közzétett mennyiség. A humoros tartalom megosztása a fiúk esetében körülbelül fele annyi mint a lányoknál, amiből nem következik egyenesen az, hogy utóbbi csoport komolytalan célokra használná a portált, mindössze az, hogy alapvetően aktívabb felhasználók. A komoly tartalom megosztása szintén magasabb számot mutat a lányoknál, de a különbség valójában mindkét esetben elenyésző és nem mérvadó. A zene és videó megosztásánál illetve a játékok esetében figyelhető meg lényegesebb különbség a lányok javára. Előbbi szintén összefüggésben lehet az aktivitás belüli különbségekkel, utóbbi azonban azt mutatja, hogy a fiúk egyáltalán nem játszanak semmilyen Facebookon elérhető játékkal, vagy csak nem engedélyezik, hogy a közösségi portál közlétegye az ezzel kapcsolatos tevékenységeiket. Összességében levonható a következtetés, miszerint a fiúk valamivel célszerűbben, lényegre törőbben használják az oldalt, leginkább

tetszés- és véleménykinyilvánításra. Emellett a többi tevékenységi forma mellékessé és nem túl gyakran használatossá válik számukra.

5.3. A témák megoszlása

Aszerint, hogy az általam megfigyelt felhasználók milyen témákban osztanak meg különböző tartalmakat, hét típust figyelhetünk meg. Ez esetben nem számít, hogy az adott közzététel szöveggel, képpel vagy más oldalról vett tartalommal történt-e, a lényeg, hogy valamilyen módon besorolható legyen az alábbi kategóriák egyikébe. A harmadik diagram tehát a bejegyzések témáinak százalékos megoszlását ábrázolja.



3. ábra. A témák megoszlása

A *humor* kategóriába soroltam minden olyan bejegyzést, aminek nem volt komoly mondanivalója, és inkább könnyed, szórakoztató dolgot közölt, nem pedig valamilyen elgondolkodtató tartalmat. A *művészetek* címszó alá vettem minden olyan bejegyzést, amely

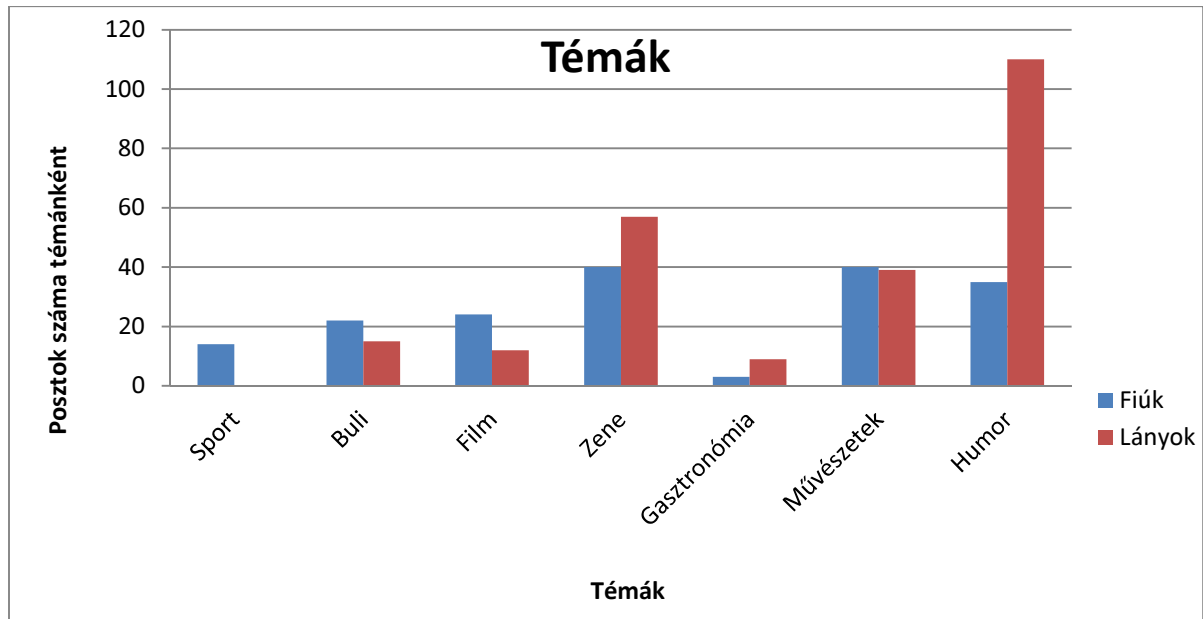
bármelyik művészeti ággal kapcsolatban áll, így például komolyzenével, irodalommal vagy akár festéssel. A *zene* kategória bármilyen zenével kapcsolatos videót vagy eseményt jelölhet. A *bulival* kapcsolatos bejegyzésekhez minden szórakozás alkalmával készült fotó esetleg videó, eseményen való részvétel vagy ezekkel kapcsolatos állapotváltoztatás besorolható. A *sport* témaköre tartalmazza az összes olyan fotót, eseményt vagy szöveges tartalmat, aminek bármilyen köze van ehhez a szabadidős tevékenységhez. A *film* szekcióba azokat a bejegyzéseket osztottam, amelyek köthetőek valamilyen módon a mozihoz, de lehet ez egy adott alkotásról készült filmkritika, videó vagy kép is. A *gasztronómia* azért került be a témák közé, mert egyre gyakrabban láthatunk az üzenőfalon olyan fényképeket, amelyek ismerőseink által elkészített ételeket ábrázolnak. Emellett szintén divatba jött a receptek megosztása is külső, főzéssel kapcsolatos oldalakról. Kíváncsi voltam tehát, hogy az általam megfigyelt egyetemisták mennyire követik ezt az új szokást.

A tevékenységek megoszlásával ellentétben, a témák esetében jóval nagyobb differenciák vehetőek észre az egyes típusok között. A legnagyobb hányadban a humorral kapcsolatos bejegyzések szerepeltek az üzenőfalon (37%), de nem sokkal kevésbé kedvelt a zene témaköre sem (23%). Ez a két szekció erősen kapcsolódik a szórakozáshoz, ami egyébként a közösségi oldalak egyik első számú funkciója. A harmadik helyen azonban a művészetek állnak (19%), amely kategória szintén jelenthet szórakozást is, de az előzőekhez képest mégis inkább komoly tartalmat közlünk ezeken a bejegyzéseken keresztül. Negyedik helyen a film és a buli kategóriák állnak (mindkét esetben 9%), az utolsó két helyet pedig a sport és a gasztronómia foglalja el (mindkettő 3%-kal). Annak ellenére, hogy az utolsó négy helyen álló témakör szintén a szórakozáshoz köthető, igen kevés százalékban mutattak irányukba érdeklődést a követett személyek.

5.4. A témák megoszlása nemek szerint

Ellentétben a tevékenységekkel, a témáknál a fiúk több esetben mutattak aktivitást, mint a lányok. A legnagyobb különbség a sport témakörében figyelhető meg, ugyanis a lányok egyetlen bejegyzést sem tettek közzé ezzel kapcsolatban az általam vizsgált kéthetes periódusban. A fiúk valamivel aktívabbak voltak náluk, de közzétett tartalmaik tekintetében teljes egészében a labdarúgásra, és az ezzel kapcsolatos hírekre szorítkoztak, és a vártnál jóval kevesebb bejegyzést osztottak meg a témában. Ellenben a humor kategóriában a lányoknál körülbelül háromszor annyi bejegyzés született mint a másik nemnél, ami nem okoz

meglepetést, hiszen már a második ábrán is megmutatkozott, hogy a humoros tartalom megosztásánál nagyobb mennyiségben tettek közzé mint a fiúk.



4. ábra A témák megoszlása nemek szerint

A másik két kategória, amiben a lányok voltak aktívabbak, a gasztronómia és a zene. Előbbi esetében mindkét nem kevés alkalommal írt bejegyzést, de annak ellenére, hogy az ilyen témában történő aktivitást inkább a lányoktól várnánk el, a fiúk nem sokkal maradtak le tőlük. A zenével kapcsolatos megosztásoknál jóval nagyobb különbség fedezhető fel a lányok javára, de a film és a buli kategóriák tekintetében ennek pont az ellentéte figyelhető meg.

6. Női és férfi kommunikációs különbségek a Facebookon töltött idő és a chat használata alapján

Az üzenőfalon tapasztalt nemek közötti kommunikációs eltéréseken kívül fontosnak tartottam vizsgálni ugyanezeket a differenciákat a Facebookon töltött idő és a chat használatának viszonylatában is. Ezeket az aspektusokat nem tudtam megfigyelések alapján vizsgálni, ezért egy kérdőív segítségével végeztem felméréseket. Az általam megfogalmazott 16 kérdésre összesen 20 fő válaszolt, fiúk és lányok egyenlő számban. A megkérdezettek közül mindenki az egyetemista korosztályból került ki, csak úgy, mint az előző vizsgálat alkalmával. Az így kapott eredmények alapján vontam le következtetéseimet a vizsgált témával kapcsolatban. A válaszokat egyenként vizsgáltam meg mind a két nem esetében, majd ahol lehetséges volt, táblázatban vettem össze őket.

6.1. A kérdőív

Kor:

Nem:

Egyetem, szak:

1. Milyen időközönként látogatod a Facebook oldalát?

- a) naponta többször
- b) naponta egyszer
- c) néhány naponta
- d) hetente
- e) ritkábban

2. Naponta átlagosan mennyi időt töltesz a Facebook oldalán?

- a) néhány percet
- b) 1 – 2 órát
- c) 3 – 4 órát

- d) 5 óránál többet
- e) szinte állandóan be vagyok jelentkezve az oldalra, de csak időközönként nézem meg az újabb történéseket

3. Ha fel kellene állítanod egy listát az általad 10 leggyakrabban használt oldalról, a Facebook hányadik helyet foglalná el? (1= első helyen áll; 10= utolsó helyen áll; ha a Facebook nem lenne a 10 leggyakrabban használt oldal között, ne jelölj semmit!)

1 2 3 4 5 6 7 8 9

4. Mennyi ismerősöd van az oldalon?

- a) 500-nál kevesebb
- b) 500 és 1000 között
- c) 1000-nél több

5. Ha néhány napig nem tudsz számítógép közelébe kerülni, hogyan oldod meg a Facebook látogatását?

- a) néhány nap Facebook látogatás nélkül nem jelent problémát
- b) a telefonomon, mobilneten keresztül
- c) internet kávézóban

6. Milyen úton folytatsz legszívesebben kommunikációt, ha az előszóban történő beszélgetést nem számítjuk?

- a) telefon
- b) e- mail
- c) sms
- d) Facebook chat
- e) Chat (nem Facebookon, hanem egyéb csevegő portálon)

7. 1-től 5-ig terjedő skálán jelöld, hogy számodra melyik Facebookon használatos kommunikációs módszerek a legfontosabbak (1 = egyáltalán nem használom/egyáltalán nem fontos; 5= szinte állandóan használom/nagyon fontos)

- | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|
| a) Chat | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) Üzenethagyás üzenőfalán | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) „Lájkolás” | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) Kommentelés | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

8. Milyen gyakran használod a Facebook chatet?

- a) naponta többször
- b) naponta egy – két alkalommal
- c) hetente többször
- d) hetente egy – két alkalommal
- e) ritkábban

9. Naponta átlagosan mennyi időt töltesz chateléssel a Facebookon?

- a) 1 óránál kevesebbet
- b) 1 – 2 órát
- c) 2 óránál többet

10. Milyen céllal kezdeményezel leginkább beszélgetést a Facebookon? (több is megjelölhető)

- a) információ gyűjtése tanulmányokkal kapcsolatban
- b) információ gyűjtése egyéb témában
- c) kapcsolattartás közeli ismerősökkel, családtagokkal, barátokkal
- d) unaloműzés céljából

11. Milyen tartalmú beszélgetéseket folytatsz elsősorban a Facebook chaten belül? (több is megjelölhető)

- a) személyes jellegűeket
- b) tudományos témájúakat
- c) általános témájúakat
- d) tanulmányokkal kapcsolatosakat

12. Az ismerőseid között hány olyan személy van, akikkel rendszeresen kommunikálsz a Facebook chaten keresztül?

- a) senkivel nem kommunikálok rendszeresen
- b) 1-2 személy
- c) 3-5 személy
- d) 5 személynél több

13. Amikor be vagy jelentkezve a Facebook oldalára, minden alkalommal látható vagy-e a chaten is?

- a) mindig be vagyok jelentkezve chatre is
- b) ritkán fordul elő, hogy nem vagyok bejelentkezve chatre
- c) gyakran előfordul, hogy nem vagyok bejelentkezve chatre
- d) mindig csak néhány ember számára vagyok elérhető chaten

- e) legtöbbször csak néhány ember számára vagyok elérhető chaten
- f) mindig van néhány ember, aki számára nem vagyok elérhető chaten
- g) legtöbbször van néhány ember, aki számára nem vagyok elérhető chaten

14. Milyen gyakran folytatsz csoportos beszélgetéseket a Facebook chaten?

- a) soha
- b) ritkán
- c) viszonylag gyakran
- d) rendszeresen

15. Ha van a telefonodon hozzáférése a Facebookhoz, milyen gyakran veszed ezt igénybe?

- a) naponta többször
- b) naponta néhány alkalommal
- c) hetente pár alkalommal
- d) ritkábban
- e) nincs ilyen hozzáférésem

16. Tíz-es skálán mennyire tartod hatékonynak a Facebook chaten történő beszélgetést az élőszóban történő kommunikációhoz képest (1 = egyáltalán nem; 5 = körülbelül egyformán hatékonynak tartom; 10= a Facebook chaten történő kommunikációt tartom hatékonyabbnak)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. 2. A kérdőív eredményei

Az első három kérdés közül kettőt (kor; egyetem, szak) informálódó jelleggel tettem fel, a nemre vonatkozó kérdés funkciója az volt, hogy elkülönítsem a fiúk és lányok által adott válaszokat.

Az első öt kérdés leginkább a Facebookon eltöltött időre vonatkozik, illetve- hogy az egyes személyek hány ismerőssel rendelkeznek az oldalon, milyen időközönként látogatják azt, hányadik helyen áll a látogatott oldalak sorrendjében, illetve- hogy mennyire jelent nekik problémát, hogyha néhány napig nem tudják megnézni az oldalt. Ezek a kérdések azt vizsgálják, mennyire függenek az emberek a Facebooktól, illetve milyen mértékben vált a hétköznapijaink részévé a portál. A további tizenegy kérdés a kommunikációs szokások felmérésére szolgál, leginkább arra, hogy a mindennapi kommunikációnkba és az eddig ismert, erre használatos eszközös sorába mennyire illik be a Facebook- chat használata, milyen mértékben van ez jelen a mindennapjainkban.

Az első kérdés arra vonatkozott, hogy mennyire gyakran látogatják a megkérdezettek a Facebook oldalát. A kérdésre a lányok teljes létszámban válaszolták azt, hogy naponta többször is, míg a fiúknak csak 70%-a adta ugyanezt a választ. Esetükben 20% nyilatkozott úgy, hogy naponta csak egyszer jelentkeznek be, míg mindössze 10% választotta a harmadik lehetőséget, hogy csak néhány naponta nézik meg az újabb eseményeket az üzenőfalukon.

A második kérdésnél már mindkét nem esetében jobban megoszlottak a válaszok. Ez arra vonatkozott, hogy naponta átlagosan mennyi időt töltenek el a Facebookon a megkérdezett személyek. A lányok majdnem fele- fele arányban csak két válaszlehetőséget jelöltek meg. Az egyik az volt, hogy egy-két óránál többet nem tartózkodnak az oldalon, a másik pedig az, hogy szinte állandóan be vannak jelentkezve, és néha megnézik az újabb történéseket az üzenőfalon. Ez utóbbit a megkérdezettek 60%-a, előbbit pedig 40%-a jelölte meg válaszként. A fiúknál kevésbé egyöntetű eredmény született, viszont ők is az utolsó válaszlehetőséget jelölték meg legtöbbször (40%). Valamivel kevesebben, 30%-ban az első opciót választották, miszerint csak néhány percet töltenek el egyszerre a Facebookon. A megmaradt 30% egyenlő arányban oszlott meg a maradék három válaszlehetőség között.

A harmadik kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy az általam megkérdezett felhasználók hányadik helyre sorolnák be a Facebookot, amennyiben fel kellene állítaniuk egy listát a leggyakrabban használt oldalakról. A fiúknál és a lányoknál is az lányok fele első helyen

jelölte meg a közösségi portált, és mindkét esetben csak egy- egy válaszadó helyezte az ötödik helynél alacsonyabbra, mégpedig mindkétszer a kilencedik helyre.

A negyedik kérdés az volt, hogy alanyaimnak hány ismerőse van a Facebook oldalán. Ezt azért tartottam fontosnak megkérdezni, mert a felhasználók aktivitását sok esetben ez is remekül mutatja. A válaszok a következőképpen alakultak:

	lányok	fiúk
500-nál kevesebb	50%	70%
500 és 1000 között	30%	20%
1000-nél több	20%	10%

Az ötödik kérdés azt térképezi fel, hogy, ha az egyes személyek néhány napig nem tudnak számítógép közelébe kerülni, mennyire okoz nekik ez problémát. A három válaszlehetőség közül mindkét nem csak kettőt jelölt be, és mindkét esetben az első opciót választották a legtöbben. A fiúknál ez az arány 80% míg a lányoknál 60% lett. Ennyi felhasználónak nem jelent tehát gondot, ha néhány napig nincs számítógép és ezzel együtt Facebook közelében. A maradék 20% illetve 40% mindkét nemnél azt a lehetőséget jelölte, hogy ilyen helyzetben a telefonon található mobilnet segítségével oldják meg a portálon való tájékozódást.

A második kérdéskör első pontja azt vizsgálja, hogy a Facebook-chat mennyire számít népszerűnek a többi kommunikációs eszközzel (sms, egyéb chat programok, telefon, e-mail) összevetve. A fiúknál egyértelműen ez számít a leggyakrabban használt eszköznek, ha valakivel kapcsolatot szeretnének tartani, ugyanis 70%-uk jelölte ezt válasznak. A maradék 30% a telefont preferálja a Facebook-chattal szemben, de a többi lehetőséget egyikük sem választotta. A lányoknál szintén a közösségi oldalon található chat program emelkedik ki a használat gyakorisága alapján, esetükben 60%-kal. A telefont közülük 30% jelölte meg, az sms-t pedig 10%.

A hetedik kérdésben arról szerettem volna képet alkotni, hogy, ha a hagyományos kommunikációs eszközöket nem számítjuk, és csak a Facebook által adott lehetőségekkel élünk, melyek azok, amiket az egyetemisták leggyakrabban használnak, és melyek, amiket kevésbé. Összesen négy ilyen kommunikációs lehetőséget adtam meg, és mindegyiknél egy ötös skálán kellett jelölniük, hogy mennyire gyakori az adott alkalmazás használata az egyes személyek esetében. Az első ilyen eszköz a chat volt, amit a lányok közül 80% nagyon fontosnak és szinte állandóan használnak jelölt, míg 10% csak közepesen fontosnak és 10% egyáltalán nem fontosnak. A fiúknál hasonló az arány, itt 70% nyilatkozta, hogy állandóan

használja a chatet, míg a maradék 30% csak alig. Az üzenőfalon való üzenethagyás már jóval kevésbé népszerű, ami valószínűleg annak tudható be, hogy ez a kommunikációnak nem privát formája, hiszen bármelyik ismerősünk láthatja az ide írt megjegyzéseket. A fiúk közül 20% közepesen gyakran használja ezt a funkciót, a maradék 80% pedig egyáltalán nem, vagy csak alig. A lányoknál jobban megoszlik a használat gyakorisága: 10% rendszeresen veszi igénybe az üzenőfal ezen lehetőségét, 40% viszonylag sokszor és 50% egyáltalán nem, vagy csak nagyon ritkán. A „lajkolás”, ahogy az már az előző fejezetben is kiderült népszerű tetszékinyilvánító eszköz a Facebookon. Ez a kérdőív kitöltésénél is megmutatkozott, ugyanis a fiúknál és a lányoknál is ugyanazt az eredményt kaptam, miszerint mindkét nem esetében csak 20% nyilatkozta azt, hogy egyáltalán nem, vagy alig használja ezt a lehetőséget, a maradék 80% pedig viszonylag gyakran, vagy rendszeresen. Az utolsó kommunikációs eszköz a kommentelés, tehát a szöveges véleménynyilvánítás, ami az előző fejezet alapján szintén népszerűnek mutatkozott. Ennél a kérdésnél szintén egyforma arányban válaszoltak a fiúk és a lányok. Mindkét csoportnál 30% válaszolta, hogy csak időnként használja ezt a fajtáját a véleményformálásnak, és 70% nyilatkozta, hogy viszonylag rendszeresen, vagy gyakran.

A nyolcadik és kilencedik kérdések a Facebook chat használatának gyakoriságára vonatkoznak. Előbbi arra, hogy a megkérdezettek milyen időközönként használják az oldal ezen alkalmazását. A fiúk 70%-ban válaszolták azt, hogy naponta többször, 10% hetente többször, 10% hetente egy-két alkalommal, és szintén 10% ritkábban. A lányoknál ugyancsak 70% választotta az első opciót, miszerint naponta több alkalommal is használja a chat alkalmazást, 10% naponta csak 1-2 alkalommal, és 20% mindössze hetente egy-két alkalommal. A kilencedik kérdésben arra vártam a választ, hogy a felhasználók naponta mennyi időt töltenek chateléssel a Facebookon. A válaszokat a következő táblázatban összegeztem. Ez alapján a fiúk közül többen töltenek egyszerre csak egy óránál kevesebb időt chathasználattal, ugyanakkor ők azok, akik magasabb százalékban veszik igénybe a csevegő programot a Facebookon két óránál több ideig.

	lányok	fiúk
1 óránál kevesebbet	40%	60%
1-2 órát	40%	10%
2 óránál többet	20%	30%

A következő kérdések arra irányulnak, hogy a chatet használó fiatalok milyen céllal kezdeményeznek beszélgetést ismerőseikkel leginkább, illetve, hogy ezek milyen jellegűek, milyen témákban zajlanak. Mivel ennél a két kérdésnél több válasz megjelölése is lehetséges volt, így az adatokat nem százalékosan összegeztem, hanem szám szerint, figyelembe véve, hogy melyik opciókat jelölték a legtöbben, illetve legkevesebben. Ezek alapján a fiúk és a lányok is ismerősökkel, barátokkal és családtagokkal való kapcsolattartás céljából kezdeményeznek legtöbbször kommunikációt a Facebook-chaten keresztül. Második helyen mindkét nem esetében az információgyűjtés áll, tanulmányokkal kapcsolatban, illetve egyéb témában egyaránt. A lányok közül senki nem jelölte, hogy unaloműzés céljából használná a programot, és a fiúk közül is csak egy valaki nyilatkozott így. Arra a kérdésre, hogy a beszélgetések milyen témában zajlanak, mindkét nem azt válaszolta legtöbbször, hogy a személyes jellegű párbeszéd a legjellemzőbben előfordulók chaten történő kommunikációjuk során. Második helyen a lányok esetében a tanulmányokkal kapcsolatos beszélgetések állnak, míg a fiúknál az általános témájúak. Utóbbi témát a lányok csak eggyel kevesebb alkalommal jelölték mint a fiúk, így náluk ez áll a harmadik helyen. A fiúknál ugyanezt a pozíciót a tanulmányokkal kapcsolatos eszmecserek foglalják el, de jelentősen kevesebben, mindössze két alkalommal választották ezt a választ. A tudományos jellegű beszélgetéseket a lányok egyszer sem, a fiúk is mindössze egyetlen alkalommal jelölték meg. A tizenkettedik kérdésben arra kerestem a választ, hogy az alanyok hány személlyel folytatnak rendszeres beszélgetést a Facebook-chat alkalmazásával. Mindkét nem esetében legtöbbször úgy nyilatkoztak, hogy 3-5 ilyen ismerősük van, lányoknál a megkérdezettek fele, a fiúknál pedig a 60%-a. A lányoknál második legtöbb esetben mindössze 1-2 személlyel beszélgetnek rendszeresen (30%), a fiúk azonban ötnél többel (30%). A lányoknál ez utóbbi választ 20% jelölte meg. Az első lehetőséget, miszerint egy emberrel sem tartanak folyamatos kapcsolatot a közösségi oldal chat alkalmazásának használatával, a lányoknál senki, és a fiúknál is csak 10% jelölte.

A következő pontban azzal kapcsolatban tettem fel kérdést, hogy megkérdezett embereim milyen gyakran láthatóak chaten, miközben be vannak jelentkezve Facebookra. A chatnek van ugyanis egy olyan funkciója, hogy annak ellenére, hogy be vagyunk jelentkezve az oldalra, a csevegő programot kikapcsolhatjuk, és így nem látható, hogy online vagyunk a Facebookon. Mindkét nem esetében a legtöbbször vagy mindig be vannak jelentkezve chatre is, vagy csak ritkán fordul elő, hogy nincsenek. A fiúknál és a lányoknál is 20% jelölte, hogy gyakran fordul elő, hogy nincsenek bejelentkezve chatre, miközben az oldalra igen. A megkérdezettek tehát a két véglet között mozognak, azonban a Facebook-chaten van lehetőség arra is, hogy

mindössze néhány ember számára legyünk láthatóak, és olyan is, hogy csak pár személy előtt maradjon titokban online létünk. Előbbi lehetőséget a fiúk esetében 10% választotta, utóbbit a lányok közül ugyanennyien.

A tizenharmadik kérdés arra vonatkozik, hogy milyen gyakran folytatnak az alanyaim csoportos társalgást, vagy más néven konferenciabeszélgetést a Facebook-chaten. Ez a funkció többnyire akkor használatos, amikor olyan témát szükséges megvitatni, amiben nem csak két fél, hanem több személy is érintett. A fiúk válaszaiból kiderül, hogy náluk nem jellemző az internetes diskurzus ezen formája, ugyanis kizárólag a soha (20%) illetve a ritkán (80%) válaszokat jelölték meg. A lányok hasonló arányban jelölték ugyanezt a két választ, előbbit szintén 20%-ban, utóbbit pedig 60%-ban. A maradék 20% azonban megoszlott a viszonylag gyakran és a rendszeresen opciók között, ami azt mutatja, a lányok jellemzőbben vesznek részt ilyen jellegű társalgásokban, de ők sem túl gyakran.

A tizenötödik kérdés a manapság egyre inkább elterjedt okos-telefonokon található Facebook alkalmazás használatára vonatkozik. Az internet, és ezzel együtt a közösségi oldal elérhetősége ugyanis egyre kevésbé van a számítógéphez kötve. Már a laptopok szélesebb körben elterjedté válásával elkezdődött a világháló mobillá válása, de az okos-telefonok korában gyakorlatilag a zsebünkben hordhatjuk az internetet, és a legtöbben ezt ki is használják. Ennek tükrében valamelyest meglepő, hogy mindkét nem esetében 40% választotta azt az opciót, hogy nem rendelkeznek telefonjukon ilyen jellegű hozzáféréssel. A lányok 50%-a válaszolta, hogy naponta több alkalommal használja a Facebook alkalmazást telefonján, míg a fiúk ugyanezt csak 10%-ban választották, előbbi nem esetében tehát jóval jellemzőbb a Facebook mobilitásának kihasználása. A lányoknál a maradék 10% azt nyilatkozta, hogy a heti néhány alkalomnál is ritkábban veszi igénybe ezt a szolgáltatást, míg a fiúknál sokkal inkább megoszlottak a válaszok. Naponta néhány alkalommal 20%, hetente néhány alkalommal 10%, ennél ritkábban pedig szintén 20% használja mobilon keresztül a Facebookot.

Az utolsó kérdést fontosnak tartottam feltenni, ugyanis manapság a közösségi oldalon történő kommunikáció rendkívül központi szerepűvé vált. A kérdés arra vonatkozik, mennyire tarják az általam megkérdezett személyek hatékonynak a Facebook chaten történő kommunikációt az élőszóban történővel szemben egy egytől tízig terjedő skálán, ahol az ötös azt jelenti, hogy nagyjából egyenlő szinten áll a két féle párbeszéd. A fiúknak mindössze 10%-a adott meg ennél magasabb értéket, míg a lányoknál 30%, így tehát az ő szemszögükből tűnik hatékonyabbnak a chates kommunikáció. Azonban egyértelműen látszik, hogy mindkét nem esetében nagyobb százalékban a szóban történő beszélgetések felé dől a mérleg, ami azt

mutatja, hogy, legalábbis az egyetemisták körében, a Facebook chat még nem vette át az uralmat a hagyományos beszélgetések felett.

7. Összegzés

Dolgozatomat azzal a felvetéssel kezdtem el, hogy a nők és férfiak közötti kommunikációs különbségek nem csupán a beszédben, hanem a Facebookon is megmutatkoznak. Ez a hipotézisem részben be is igazolódott. Ahogy azt már az előző fejezetekben szakirodalmak segítségével bemutattam, az általános vélekedés szerint a nők fejlettebb kognitív képességekkel rendelkeznek mint a férfiak, amiből adódóan a kommunikációs készségeik is jobbak. Többet beszélnek, hajlamosabbak a csevegésre és érdeklődőbbek. A férfiak beszélgetései ezzel szemben lényegre törőbbek, kérdéseiket valóban információgyűjtésre használják és nem a csevegés fenntartására. A Facebook-chat használtára vonatkozó kérdésekre adott válaszok alapján ez részben beigazolódott, ugyanis a lányoknak nagyobb százaléka tölt naponta egy óránál többet chateléssel. A megkérdezettek többsége naponta több alkalommal is látogatja a Facebookot csevegés céljával, de a fiúknál ez az arány pontosan ugyanekkora, így összességében általánosan elmondható, hogy a chatelés a Facebookon nemtől függetlenül népszerű tevékenység. A kérdésre, hogy milyen témában folytatnak beszélgetést az általam megkérdezettek, mind a fiúk, mind pedig a lányok a személyes párbeszédet helyezték első helyre, ezután pedig a tanulmányokkal kapcsolatos információgyűjtés és az általános témájú eszmecsere következtek. A felvetés, miszerint a lányok kevésbé lényegre törőek és jobban szeretik a cél nélküli csevegéseket, itt megdőlni látszik, ugyanis közülük senki nem válaszolta azt, hogy mindössze unaloműzés céljából kezdene beszélgetést a chaten, míg a fiúk közül volt, aki megjelölte ezt az opciót. A másik megkülönböztető szempont a két nem kommunikációját tekintve a témák használata. A férfiak többnyire a sport és a humor köré szervezik érdeklődésüket, személyes beszélgetéseikben sokszor nagy szerepet játszik az ugratás, olykor az agresszió. A nők ezzel szemben jobban kedvelik a személyes jellegű társalgásokat és érzelmesebbek is. Ez szintén megcáfolódik az első megfigyeléseim alapján, ugyanis a témák megoszlásánál jól látható, hogy a lányok jóval többször osztanak meg humoros tartalmat az üzenőfalukon mint a fiúk. Ami a sporthoz való viszonyulást illeti, ebben az esetben valószínű látszanak a felvetések, ugyanis kizárólag a fiúk osztottak meg bármilyen tartalmat ebben a témában, míg a lányok egyáltalán nem. A szakirodalmak alapján a nők érzelmesebbek és családcentrikusabbak, valamint törődőbbek a környezetükkel szemben, de a kérdőív alapján, arra a kérdésre, hogy milyen céllal kezdenek beszélgetést az alanyaik, a fiúk és a lányok is a családtagokkal, közeli ismerősökkel és barátokkal való kapcsolattartást választották a legtöbben.

Manapság gyakran hallhatjuk néhány emberrel kapcsolatban, hogy a Facebook egyfajta addikciót okoz számukra. Érdekesnek tartottam külön figyelembe venni, hogy ez a lányoknál vagy a fiúknál jelentkezik-e inkább, kérdőívembe ezért több erre vonatkozó kérdés is került. Az első kérdésre, ami arra vonatkozott, hogy naponta hányszor látogatják az oldalt a megkérdezettek, a lányok teljes létszámmal, míg a fiúk csak 70%-ban válaszolták, hogy naponta többször is. A fiúk és a lányok is egyenlő számban adták azt a választ, hogy szinte egész nap be vannak jelentkezve az oldalra, és néha ellenőrzik az újabb történéseket, de egyik nem esetében sem ez volt a többségben adott válasz, az egyetemisták a kérdőív alapján tehát átlagosan csak néhány órát vannak online a Facebookon. Az alanyaim által használt oldalak rangsorolásánál mindkét nem 50%-ban első helyre állította a Facebookot, mint leggyakrabban használt oldalt. Az ismerősök száma alapján is leszűrhető, hogy valaki mennyi időt tölt az oldalon, ez alapján a lányok nagyobb százalékban rendelkeznek ötszáznál több ismerőssel mint a fiúk. Ez visszavezethető arra is, hogy a nők jobban szeretnek kapcsolatokat építeni mint a férfiak. A leg célirányosabb kérdésem az volt, hogy, ha a megkérdezett személyek hosszabb ideig nem tudnak számítógép közelébe kerülni, hogyan oldják meg a Facebook látogatását. Mindkét nem azt a választ jelölte be többségben, hogy nem okoz számára problémát néhány Facebook nélkül eltöltött nap. A fiúk valamivel többen nyilatkoztak így, de a különbség nem számottevő. Összességében tehát egyik nemről sem mondható el, hogy kirívóan függene a Facebooktól, az, hogy az oldal a mindennapjaink részévé vált általános jelenségnek számít.

Irodalom

ANDÓ ÉVA (2010): E–nyelv – netbeszéd. (az elektronikus kommunikáció nyelvi jellemzői). In: *Tudományos Közlemények* 23: 31–46.

BELEZNAY PÉTER (2011): *A Facebook. (Változó Világ+ 76. sz.)*. Budapest.

BÓDI ZOLTÁN (2013): Kommunikációs viselkedésformák a közösségi térben. *E- nyelv.hu. Magazin* 2013.09.10. URL: <http://e-nyelvmagazin.hu/2013/09/10/kommunikacios-viselkedesformak-a-kozossegi-terben/> (Letöltve: 2013.11.09.)

DUNBAR, ROBIN (1996): *Grooming, Gossip and the Evolution of Language*. Cambridge.

GIL DE ZÚNIGA, HOMERO–VALENZUELA, SEBASTIÁN (2010): Who Uses Facebook and Why? In: Wittkover, D. E. (szerk.): *Facebook and Philosophy*. Chicago. XXXI–XXXVII.

GRIMMELMANN, JAMES (2010): The Privacy Virus. In: WITTKOVER, D. E. (szerk.): *Facebook and Philosophy*. Chicago. 3–12.

HÁHN JUDIT (2008): Nyelvhasználati különbségek férfiak és nők munkahelyi e-mailjeiben. In: *Alkalmazott nyelvészeti közlemények* 3: 85–95.

HUSZÁR ÁGNES (2009): *Bevezetés a Gendernyelvészetbe (Miben különbözik és miben egyezik a férfiak és a nők nyelvhasználata és kommunikációja)*. Budapest.

H. SAS JUDIT (1988): *Nőies Nők és Férfias Férfiak. (A nőekkel és férfiakkal kapcsolatos társadalmi sztereotípiák élete, eredete és szocializációja)*. Budapest.

JUHÁSZ VALÉRIA (2007): Internet, nyelvhasználat és dzsender-kutatás. In: *Alkalmazott nyelvészeti közlemények* 2: 69–76.

KIMURA, DOREEN (1999): *Női agy, férfi agy*. London.

KRAJCSI ATTILA–KOVÁCS KRISTÓF–PLÉH CSABA (2001): Internethasználók kommunikációs szokásai. In: NYÍRI KRISTÓF (szerk.): *A 21. századi kommunikáció új útjai: Tanulmányok*. Budapest. 93–110.

MEIKLE, GRAHAM (2010): It's Like Talking to a Wall. In: WITTKOVER, D. E. (szerk.): *Facebook and Philosophy*. Chicago. 13–20.

MOIR, ANNA–JESSEL, DAVID (1992): *Női agy- férfiéész*. Budapest.

MULVANEY, BECKY MICHELE (2007): Nemi különbségek a kommunikációban. In: *Korunk III. folyam* 18/3: 52–58.

SMITH, CRYSTAL (2011): Word Cloud: How Toy Ad Vocabulary Reinforces Gender Stereotypes. *achilleseffect.com* 2011.03.28. URL: <http://www.achilleseffect.com/2011/03/word-cloud-how-toy-ad-vocabulary-reinforces-gender-stereotypes/> (Letöltve: 2014.01.02.)

VARJÚ ZOLTÁN (2013): Milyen is az internet nyelve? *kereses.blog.hu* 2013.04.25. URL: http://kereses.blog.hu/2013/04/25/milyen_is_az_internet_nyelve (Letöltve 2014.01.02.)

VESZELSZKI ÁGNES (2011): Image and Self- representation. In: BENEDEK ANDRÁS–NYÍRI KRISTÓF (szerk.): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Frankfurt. 125–136.

WARDHAUGH, RONALD (1995): *Szociolingvisztika*. Budapest.

WITTKOVER, D. E. (2010): A Reply to Facebook Critics. In: Wittkover, D. E. (szerk.): *Facebook and Philosophy*. Chicago. XXI–XXX.