

«Τυπολογία Διαπροσωπικών Κινήτρων χρήσης του Διαδικτύου και η επιρροή τους στην ποσότητα χρήσης του»

Αχιλλέας Ευθυμιόπουλος¹, Βαρβάρα Μασούρου²

¹ Δάσκαλος, Med in ICT, Υποψ. Διδ. Παν. Αθηνών

efthimiopoulos@hotmail.com

² Δασκάλα, Med in ICT, Υποψ. Διδ. Παν. Αθηνών

barmassourou@yahoo.gr

Περίληψη

Η παρούσα έρευνα έχει ως σκοπό να εξετάσει κατά πόσο τα κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου επηρεάζουν την ποσότητα χρήσης του. Δεν ακολουθείται μια γενική τυπολογία κινήτρων χρήσης, αλλά δίνεται έμφαση σε μια τυπολογία διαπροσωπικών κινήτρων χρήσης. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία οι σύγχρονες έρευνες, που βασίζονται στα διεπιστημονικά πεδία της Κοινωνικής Πληροφορικής και της Γνωσιακής Επιστήμης, διακρίνουν το έλλειμμα αξιολόγησης της σχέσης μεταξύ των διαπροσωπικών κινήτρων χρήσης και της ποσότητας χρήσης του Διαδικτύου. Αν και δεν έχει παγιωθεί ένα μοντέλο εξέτασης των Διαπροσωπικών Κινήτρων Χρήσης του Διαδικτύου, επιλέχθηκαν για την παρούσα έρευνα τα κίνητρα: Άνεση, Υποκατάσταση, Πληροφόρηση, Κοινωνική Αλληλεπίδραση και Έλεγχος. Η επιλογή αυτή έγινε με βάση τις προτάσεις των σύγχρονων ερευνητών, που υποστηρίζουν ότι οι εφαρμογές του Διαδικτύου έχουν έντονο το χαρακτήρα της κοινωνικής δικτύωσης.

Λέξεις κλειδιά: Διαπροσωπικά Κίνητρα Χρήσης, Διαδίκτυο, Θεωρία Χρήσεων και Ανταμοιβών

Abstract

The present research has to examine whether the motives of Internet Use affect the amount of Internet Use. We haven't followed a general type of motives of Internet Use, but we focused on a typology of interpersonal use of them. According to international literature, current researches based on the interdisciplinary fields of Social Informatics and Cognitive Science, distinguish the deficit to assess the relationship between Interpersonal Motive Use and the quantity of Internet Use. Although there isn't a well-established model of examining Interpersonal Motives of Internet Use, we have selected for this research the following motives: Comfort, Information, Substitution, Social Interaction and Control. This selection is based on suggestions of modern researchers who claim that Internet applications are the result of social networking.

Keywords: Interpersonal Motives of Internet Use, Uses and Gratifications Theory

1. Εισαγωγή

Ο στόχος αυτής της έρευνας είναι να εξεταστεί ο ρόλος των κινήτρων στη χρήση του Διαδικτύου. Αν και η έρευνα για τον προσδιορισμό των κινήτρων του Διαδικτύου έχει γίνει εκτεταμένα για αρκετά χρόνια, οι ερευνητές δεν έχουν φθάσει σε μία συμφωνία για την τυπολογία των διαδικτυακών κινήτρων. Για παράδειγμα, οι Katz και Aspden (1997) διαπίστωσαν ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο κυρίως για επικοινωνία με άλλους, λήψη πληροφοριών σχετικά με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και για να ενημερώνονται σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις. Οι Papacharissi και Rubin (2000) προσδιόρισαν πέντε κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου: *διαπροσωπική ωφελιμότητα* (π.χ. η συνάντηση νέων ατόμων), *διάθεση ελεύθερου χρόνου* (π.χ. επειδή δεν έχω τίποτα καλύτερο να κάνω), *αναζήτηση πληροφοριών* (π.χ. το να ψάχνω για πληροφορίες πάνω σε ένα θέμα), *άνεση* (π.χ. είναι εύκολο να στέλνω e-mail σε ανθρώπους) και *διασκέδαση* (π.χ. είναι ευχάριστο). Σε μια πρόσφατη μελέτη, οι Charney και Greenberg (2002) ανακάλυψαν οκτώ παράγοντες, οι οποίοι ερμηνεύουν τη χρήση του Διαδικτύου από πανεπιστημιακούς φοιτητές. Αυτά είναι: *ενημέρωση*, *απόσπαση-διασκέδαση*, *περιέργεια-ταυτότητα* (π.χ. για να βρω ανθρώπους σαν και εμένα), *όμορφα συναισθήματα*, *επικοινωνία*, *θεάματα και ακούσματα* (π.χ. να κοιτώ γραφικά ή animation), *καριέρα* (π.χ. για να βρω μια δουλειά) και *χαλάρωση* (π.χ. για να ηρεμήσω). Οι προηγούμενες μελέτες έχουν καταδείξει την αποτελεσματικότητα του συνδυασμού των διαπροσωπικών κινήτρων και των κινήτρων επί των μέσων μαζικής επικοινωνίας στη διερεύνηση της χρήσης των μέσων, ειδικά των νέων μέσων (π.χ. το Διαδίκτυο και οι υπολογιστές) (Papacharissi & Rubin, 2000). Πολλές μελέτες (Charney & Greenberg, 2002; Papacharissi & Rubin, 2000; Wright, 2002) έχουν προτείνει ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να εκπληρώσουν διαπροσωπικές ανάγκες καθώς και ανάγκες που προκύπτουν από τα μέσα. Οι Flaherty, Pearce και Rubin (1998), για παράδειγμα, υποστήριξαν ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο προκειμένου να εκπληρώσουν τρεις κύριες ανάγκες:

- διαπροσωπικές ανάγκες (π.χ. συναισθηματισμό)
- ανάγκες που παραδοσιακά ικανοποιούνται μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας (π.χ. διασκέδαση)
- νέες ανάγκες από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας (π.χ. η συνάντηση άλλων ατόμων)

Αυτά τα διαφορετικά είδη αναγκών δημιουργούν μια ποικιλία κινήτρων για τη χρήση του Διαδικτύου.

Τα δείγματα που χρησιμοποιήθηκαν στις προηγούμενες μελέτες αφορούσαν ανθρώπους παρόμοιου ηλικιακού και μορφωτικού φάσματος, συνήθως από

σπουδαστές κολλεγίων και πανεπιστημιακών φοιτητών (Katz & Aspden, 1997; Papacharissi & Rubin, 2000; Charney & Greenberg, 2002).

2. Ανάγκη διερεύνησης των διαπροσωπικών κινήτρων χρήσης του Διαδικτύου

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση έχει δείξει ότι τα παραδοσιακά κίνητρα των μέσων μαζικής επικοινωνίας ερμηνεύουν σε σημαντικό βαθμό το γιατί οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Οι Ferguson και Perse (2000) διαπίστωσαν ότι τα άτομα που έχουν την τάση να παρακολουθούν τηλεόραση για απόδραση από την καθημερινότητα έχουν επίσης την τάση να χρησιμοποιούν τον Παγκόσμιο Ιστό για τον ίδιο λόγο. Η Kaye (1998) σύγκρισε τα κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου με τα πρότερα κίνητρα χρήσης της τηλεόρασης και διαπίστωσε πολλές ομοιότητες μεταξύ τους. Προσδιόρισε έξι κύρια κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου: *διασκέδαση, κοινωνική αλληλεπίδραση, διάθεση ελεύθερου χρόνου, απόδραση, πληροφόρηση και προτίμηση ιστοσελίδων*. Σε μια μεταγενέστερη μελέτη της, η Kaye (2001) διαπίστωσε τέσσερα κύρια κίνητρα στα άτομα που είχαν πρόσβαση σε ιστοσελίδες με πολιτικό περιεχόμενο: *καθοδήγηση, διασκέδαση/κοινωνική ωφελιμότητα, ευκολία και αναζήτηση πληροφοριών*. Επιπλέον, οι Kaye και Johnson (2002) διαπίστωσαν ότι τα άτομα που κατείχαν πολιτική πληροφόρηση χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για τέσσερις κύριους σκοπούς: *καθοδήγηση, αναζήτηση πληροφοριών/επιτήρηση, διασκέδαση και κοινωνική ωφελιμότητα*.

Με τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας του Διαδικτύου και τις ταχύτερες αλλαγές στο περιβάλλον των μέσων μαζικής επικοινωνίας, οι ερευνητές προσδιορίζουν πιο προσωπικά κίνητρα για το Διαδίκτυο. Για παράδειγμα, η πρόσβαση στο Διαδίκτυο είναι πολύ πιο εύκολη και το κόστος χρήσης του έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να επιτύχουν περισσότερους στόχους.

Τα τελευταία χρόνια πολλοί ερευνητές θεωρούν ότι υπάρχει ανάγκη περαιτέρω διερεύνησης των διαπροσωπικών κινήτρων χρήσης του Διαδικτύου (Myers & Martin, 2002; Odell et al., 2000). Υποστηρίζουν ότι κοινωνικοί (Zhong, 2000) και ψυχολογικοί παράγοντες (Martin, Valencic & Heisel, 2002), καθώς και ατομικές διαφορές (Rubin & Rubin, 2000) διαμορφώνουν τα κίνητρα διαπροσωπικής επικοινωνίας.

Οι σχετικές έρευνες πάνω στα διαπροσωπικά κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου εστιάζονται πάνω στον τρόπο με τον οποίο αυτά επηρεάζουν την επικοινωνιακή συμπεριφορά. Οι Rubin, Perse & Barbato (1998) προτείνουν ως κύρια διαπροσωπικά κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου τα εξής: *έλεγχος, απόδραση, χαλάρωση, ευχαρίστηση και συναισθηματισμός*. Οι Anderson & Martin (2002) αναδεικνύουν ως κύρια κίνητρα την *απόδραση, τον έλεγχο, την άνεση, την υποκατάσταση και την κοινωνική αλληλεπίδραση*. Ο Sullivan (1999), οι Rafaeli & Sudweeks (2001) και ο Ebersole (2000) ανάμεσα σε άλλους, πιστοποιούν το έλλειμμα διερεύνησης των

διαπροσωπικών κινήτρων χρήσης του Διαδικτύου και προτείνουν στους σύγχρονους ερευνητές να εστιάσουν περισσότερο σε κίνητρα διαπροσωπικής επικοινωνίας, όπως είναι: η υποκατάσταση, ο έλεγχος, η κοινωνική αλληλεπίδραση, η άνεση και η πληροφόρηση. Θεωρούν ότι οι χρήστες του σύγχρονου Διαδικτύου επικεντρώνονται στην άμεση απόκτηση γνώσεων και πληροφοριών, ακόμα και για τα πιο εξειδικευμένα ζητήματα (πληροφόρηση), τη δυνατότητα πολλαπλής παρουσίας κι επικοινωνίας, καθώς και την εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος (άνεση), τη συναναστροφή μέσα από πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και την ανάπτυξη εικονικών ψηφιακών σχέσεων (κοινωνική αλληλεπίδραση), την ανάθεση εργασιών, αρμοδιοτήτων και προσωπικών απαιτήσεων (έλεγχος) και την επικοινωνία και τη δραστηριότητα κατά την οποία δεν απαιτείται η φυσική παρουσία του χρήστη ή πολλές φορές ακόμα, η διαδικτυακή του οντότητα δεν ταυτίζεται με την πραγματική (υποκατάσταση).

3. Η παρούσα έρευνα

Στο παρελθόν, τα κίνητρα δεν έτυχαν επαρκούς προσοχής σε έρευνες χρήσης των Νέων Τεχνολογιών. Ωστόσο, μια υποτίμηση των προσωπικών κινήτρων ίσως να υποβαθμίσει την ερμηνεία των χρήσεων των μέσων και των επιπτώσεών τους (Rubin & Martin, 1998).

Συγκεκριμένα, αυτή η έρευνα εστιάζεται στην κατανόηση του προφίλ των χρηστών του Διαδικτύου, επειδή η ποικιλία των εφαρμογών του περιπλέκει τα ατομικά πρότυπα χρήσης. Επιπλέον, η καθιέρωση μιας σύνδεσης μεταξύ κινήτρων και τυπικής χρήσης του Διαδικτύου ενδεχομένως να αποκαλύψει το γιατί οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο με διαφορετικό τρόπο.

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας επιλέγουμε διαφορετικό δείγμα από αυτό των προηγούμενων μελετών, οι οποίες απευθύνονταν σε συγκεκριμένο ηλικιακό και μορφωτικό επίπεδο (κυρίως σε φοιτητές, σπουδαστές κολλεγίων κτλ.). Η διαφορετικότητα του δείγματος έγκειται στην ευρύτητα των ιδιοτήτων του (ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα).

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα απαρτιζόταν από 378 άτομα, ηλικίας 12 έως 60 ετών (54% άντρες και 48% γυναίκες). Η αντιπροσώπευση των ηλικιών έγινε σύμφωνα με την ηλικιακή κατανομή του Ελληνικού πληθυσμού, βάσει των στοιχείων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Τα δημογραφικά στοιχεία αναφέρονται στην πλήρη παρουσίαση των στοιχείων της έρευνας.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Σεπτέμβριο του 2008 μέχρι και τον Ιούνιο του 2009. Δόθηκε έντυπο ερωτηματολόγιο κατόπιν πρότερης συνεννόησης για την εθελοντική συμμετοχή τους στην έρευνα.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες έρευνες (Charney & Greenberg, 2001; Papacharissi & Rubin, 2000) με την προοπτική της Θεωρίας Χρήσεων και Ανταμοιβών (Uses and Gratification Theory, UGT), τα κίνητρα παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στη χρήση των μέσων και στα αποτελέσματά τους. Η 'Θεωρία Χρήσεων και Ανταμοιβών'

αντιμετωπίζει τα 'Μέσα' και τους 'Χρήστες των Μέσων' ως δύο δυναμικά συστήματα συνεχούς αλληλεπίδρασης και αμφίδρομης ανταλλαγής πληροφοριών (Thurlow et al., 2004; Nie & Erbring, 2002)

Η 'Θεωρία Χρήσεων και Ανταμοιβών' έχει αποτελέσει ένα κυρίαρχο παράδειγμα στην ερμηνεία της έκθεσης των χρηστών στο πεδίο των επικοινωνιακών μελετών. Έχει εφαρμοστεί σε μια ευρεία κλίμακα συμβατικών μέσων μαζικής ενημέρωσης (Palmgreen, Wenner & Rosengren, 1985) όπως και στη διαπροσωπική επικοινωνία (Rubin & Martin, 1998) και στο Διαδίκτυο (Charney & Greenberg, 2001; Dimmick, Kline & Stafford, 2000; Ferguson & Perse, 2000; Kaye, 1998; Lin, 1999a; Paracharissi & Rubin, 2000; Parker & Plank, 2000). Πολλοί ερευνητές των μέσων επικοινωνίας (December 1996; Thurlow et al., 2004; Nie & Erbring, 2002; Ruggiero, 2000) υποστηρίζουν ότι τα παραδοσιακά πρότυπα χρήσεων και ανταμοιβών μπορούν ακόμα να προσφέρουν μια χρήσιμη βάση, με την οποία ξεκινά η μελέτη του Διαδικτύου και της χρήσης νέων μέσων επικοινωνίας, καθώς και μία πειστική θεωρητική ερμηνεία των αλλαγών στη χρήση επικοινωνιακών προτύπων, ακολουθώντας την υιοθέτηση νέων επικοινωνιακών τεχνολογιών, όπως το Διαδίκτυο.

4. Αποτελέσματα της έρευνας

Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων έδειξε ότι τα κίνητρα αντιστοιχούσαν σε μια σημαντική αναλογία της μεταβλητότητας στην ποσότητα χρήσης του Διαδικτύου. Σε αυτή την έρευνα, προσδιορίσαμε πέντε διαδικτυακά κίνητρα για τη χρήση του Διαδικτύου: *υποκατάσταση, αναζήτηση πληροφοριών, κοινωνική αλληλεπίδραση, άνεση και έλεγχος.*

- *Πληροφόρηση:* Η αναζήτηση πληροφοριών ήταν ο σημαντικότερος λόγος χρήσης του Διαδικτύου ($M=3,89$). Αν και αυτό το κίνητρο δεν είχε σημαντική επίδραση στην ανάμειξη, είχε σημαντική επίδραση στην εξάρτηση από το Διαδίκτυο.
- *Άνεση:* Αυτό είναι επίσης ένας σημαντικός λόγος για τη χρήση του Διαδικτύου ($M=3,63$). Οι συσχετίσεις Pearson έδειξαν ότι οι καλύτερα εκπαιδευμένες γυναίκες ήταν πιο πιθανό να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για άνεση από ότι οι άλλοι. Είναι εύλογο ότι οι πιο μορφωμένοι άνθρωποι έχουν περισσότερες πιθανότητες να αντιληφθούν τις δυνατότητες ανταμοιβών που παρέχει το Διαδίκτυο σε σχέση με τους λιγότερο μορφωμένους. Αυτό το κίνητρο δεν προβλέπει σε σημαντικό βαθμό τη χρήση του Διαδικτύου και τα αποτελέσματά της.
- *Υποκατάσταση:* Αυτό το κίνητρο είχε ένα ισχυρό άμεσο αποτέλεσμα στην εξάρτηση από το Διαδίκτυο και στη θετική συναισθηματική ανάμειξη. Αλλά δεν ήταν ένας κύριος αιτιακός παράγοντας χρήσης του Διαδικτύου ($M=2,48$). Αυτό το κίνητρο αντανακλά έναν τελετουργικό προσανατολισμό προς τη χρήση του Διαδικτύου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι νεότεροι και λιγότερο μορφωμένοι

άνθρωποι είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για υποκατάσταση από μεγαλύτερους ηλικιακά και περισσότερο μορφωμένους ανθρώπους.

- *Κοινωνική Αλληλεπίδραση:* Αυτός ήταν ένας σχετικά ασθενής λόγος για τη χρήση του Διαδικτύου ($M=2,09$). Οι συσχετίσεις Pearson έδειξαν ότι οι νεότεροι άντρες ήταν πιο πιθανό να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για κοινωνική αλληλεπίδραση σε σχέση με μεγαλύτερες ηλικιακά γυναίκες. Σε αντίθεση με τις προσδοκίες, αυτό το κίνητρο δεν προέβλεπε τη χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.

Η ανάλυση διαδρομών έδειξε ότι από τα πέντε κίνητρα, το κίνητρο κοινωνικής αλληλεπίδρασης είχε το εντονότερο αποτέλεσμα ως προς τον βαθμό έκθεσης στο Διαδίκτυο.

- *Έλεγχος:* Από τα πέντε κίνητρα, αυτό ήταν ο ασθενέστερος λόγος για τη χρήση του Διαδικτύου ($M=1,85$). Τα δημογραφικά στοιχεία δεν είχαν σημαντική συσχέτιση με αυτό το κίνητρο. Η ανάλυση διαδρομών έδειξε ότι αυτό το κίνητρο είχε ένα μετριώς ισχυρό αποτέλεσμα μόνο πάνω στη νοητική ανάμειξη και είχε ένα συγκρατημένο αποτέλεσμα πάνω στο αρνητικό συναίσθημα και στην εξάρτηση από το Διαδίκτυο. Επιπλέον, το κίνητρο ελέγχου δεν επηρέαζε την έκθεση στο Διαδίκτυο.

5. Συμπεράσματα

Οι συμμετέχοντες ξόδευαν 79,2 λεπτά χρήσης του Διαδικτύου κάθε ημέρα. Ο βαθμός της έκθεσης στο Διαδίκτυο σχετιζόταν αρνητικά με το φύλο και την ηλικία.

Οι γυναίκες και οι μεγαλύτεροι σε ηλικία συμμετέχοντες χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο λιγότερο από ότι οι άντρες και οι νεότεροι συμμετέχοντες. Κατά μέσο όρο, οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για 6,2 χρόνια. Η διάρκεια χρήσης του Διαδικτύου σχετιζόταν αρνητικά με το φύλο και την ηλικία, ενώ σχετιζόταν αρνητικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο.

Πάνω από το 80% των συμμετεχόντων χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για ηλεκτρονική αλληλογραφία ή γενική περιήγηση στον Παγκόσμιο Ιστό. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με προηγούμενες έρευνες (Katz & Aspen, 1997; Katz & Rice, 2002; Dimmick, Kline & Stafford, 2000). Οι Papacharissi & Rubin (2000) παρατήρησαν ότι το κίνητρο αναζήτησης πληροφοριών προέβλεπε θετικά την περιήγηση στον Ιστό, αλλά αρνητικά τη χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Τα ευρήματά τους συμφωνούν με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας.

Το κίνητρο πληροφόρησης και το κίνητρο κοινωνικής αλληλεπίδρασης ήταν οι δύο πιο ισχυροί προγνωστικοί δείκτες του βαθμού χρήσης του Διαδικτύου. Ένα ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι το κίνητρο κοινωνικής αλληλεπίδρασης δεν προέβλεπε την ποσότητα χρήσης του Διαδικτύου, αλλά το προέβλεψε το κίνητρο πληροφόρησης. Μια εξήγηση είναι το γεγονός ότι, εάν οι άνθρωποι επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο για να επικοινωνήσουν με άλλους, πρέπει να είναι σίγουροι ότι τα άτομα με τα οποία επικοινωνούν είναι επίσης εξοικειωμένα ή είναι

γνώστες των λειτουργιών επικοινωνίας του Διαδικτύου. Επομένως, η διάρκεια χρήσης του Διαδικτύου ενός ατόμου για κοινωνική αλληλεπίδραση θα μπορούσε να βασίζεται στη γνώση του Διαδικτύου και τη χρήση των επαφών από το χρήστη. Παρόλα αυτά, στις περισσότερες των περιπτώσεων το κίνητρο πληροφόρησης δεν έχει 'διαπροσωπική φύση'. Με άλλα λόγια, είναι περισσότερο 'προσωπική' ή δεν συνεπάγεται τη συμμετοχή άλλων. Κατά συνέπεια, οι άνθρωποι μπορούν να αρχίσουν να αναζητούν πληροφορίες στο Διαδίκτυο από την πρώτη μέρα που έχουν πρόσβαση σ' αυτό.

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας καταδεικνύουν ότι ο πιο σημαντικός προγνωστικός παράγοντας της ποσότητας χρήσης του Διαδικτύου δεν είναι τα δημογραφικά στοιχεία ή οι μεταβλητές ατομικών διαφορών αλλά τα διαπροσωπικά κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου. Έτσι οι ερευνητές θα πρέπει να επιδείξουν μεγαλύτερη προσοχή στα διαπροσωπικά κίνητρα των ανθρώπων για τη χρήση του Διαδικτύου, αντί να εστιάζουν στην επίδραση των δημογραφικών στοιχείων και των προδιαθεσιακών μεταβλητών.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Anderson C.M. & Martin M.M., (2002). The effects of communication motives, *Small Group Research*, 26, pp.118-137
- Charney, T., & Greenberg, B.S., (2002). Uses and Gratifications of the Internet in C. A. Lin & D. J. Atkin, (Eds), *Communication technology and society: Audience, adoption and uses*, Cresshill, Hampton Press
- December, J., (1996). Units of analysis for Internet communication, *Journal of communication*, 46(1), pp.14-38
- Dimmick, J.W., Kline, S., Stafford, L., (2000). The gratification niches of personal e-mail and telephone, *Communication Research*, 27, pp.227-248
- Ferguson, D.A., & Perse, E.M., (2000). The World Wide Web as a functional alternative to television, *Journal of broadcasting & electronic media*, 44(2), pp.155-174
- Flaherty, L.M., Pearce, K.J., & Rubin, R.M., (1998). Internet and face to face communication: Not functional alternatives, *Communication Quarterly*, 46, pp.250-268
- Kaye, B.K., (1998), Uses and gratifications of the WWW: From couch potato to web potato, *The New Jersey journal of communication*, 6(1), pp.21-40
- Kaye, B.K., (2001), *A Web for all reasons*, Paper presented at the Association for education in journalism and mass communication annual conference, Washington D.C.
- Kaye, B.K. & Johnson, T.J., (2004). *Telematics and Informatics, An interdisciplinary journal on the social impacts of new technologies*, Volume 21, Issue 3
- Katz, J., & Aspen, P., (1997). Motivations for and barriers to Internet usage: Results of a national public opinion survey, *Internet Research: Electronic Networking, Applications and Policy*, 7, pp.170-188

- Katz, J., & Rice, R.E., (2002). *Social consequences of Internet use: Access, involvement and interaction*, Cambridge, Ma, MIT Press
- Lin, C.A., (1999a), Online service adoption likelihood, *Journal of advertising research*, 39, pp.79-89
- Martin, M.M., Valencic K. & Heisel A.D., (2002). The student's communication, *Communication Research Reports*, 19, pp.1-7
- McCain, T., Morris, S., Green, C., & Najran, A., (1999), *To do is to empower: Relationships between experience with networked computing, efficacy and attitudes toward life on-line*, Paper presented at the National Communication Association, Chicago, Il
- Myers S.A.& Martin M.M., (2002). *The relationship between student's communication and information seeking*, *Communication Research Reports*, 19, pp.352-361
- Nie, N. H. & Erbring L., (2002). Internet and Mass Media: A preliminary report. *IT & Society*, Volume 1, Issue 2, pp.134-141
- Odell, P., Korgen, K., Schumacher, P., Delucchi, M. (2000). Internet Use Among Male and Female College Students. *CyberPsychology and Behavior*, 3, 5, pp.855-862
- Palmgreen P., Wenner, L., & Rosengren, K., (1985). Uses and gratifications research: The past ten years, In P. Palmgreen (ed), *Media gratifications research*, pp.11-37, Beverly Hills, CA: Sage Publications
- Parker, B.J., & Plank, R.E., (2000). A uses and gratifications perspectives on the Internet as a new information source, *American Business review*, 18, pp.43-49
- Papacharissi, Z., & Rubin, A.M., (2000). Predictors of Internet usage, *Journal of broadcasting and electronic media*, 44, pp.175-196
- Rafaeli & Sudweeks (2001). *Networked Interactivity*, *Journal of Computer Mediated Education*, 2(4), pp.1-14
- Rubin, R. B., & Martin, M. M. (1998). Interpersonal communication motives. In J. C. McCroskey, J. A. Daly, M. M. Martin, & M. J. Beatty. *Communication and personality: Trait perspectives*, Cresskill, NJ: Hampton Press, pp. 287-307
- Rubin, R.M., Perse, E., Barbato, C., (1998), *Conceptualisation and measurement of interpersonal communication motives*, *Human communication Research*, 14, 602-628
- Rubin, R.M., & Rubin, A.M., (2000). *Interface of personal and mediated communication: A Research Agenda*, *Critical studies in mass communication*, 2, pp.36-53
- Ruggiero, T.E., (2000). Uses and gratifications theory in 21st century, *Mass communication & society*, 3(1), pp.3-37
- Sullivan K.A. (1999). Interpersonal Internet motives in everyday interactions, *Communication Quarterly*, 50, pp.93-109
- Thurflow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the internet*. London: Sage.

- Wright, K., (2002). Motives for communication within on-line support groups and antecedents for interpersonal use, *Communication Research Reports*, 19, pp.89-98
- Zhong A., (2000). Attributional feedback on motivation, *Social Behavior & Personality*, 30, pp.181-188