



هفت نوع شخصیت تکنولوژیک

امروزه تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها و رسانه‌های اجتماعی از هر زمان دیگری محبوب‌تر شده‌اند، و در چنین زمانه‌ای میزان گرایش افراد به استفاده این تکنولوژی‌های ارتباطی به مبنای جدید برای طبقه‌بندی شخصیت افراد بدل شده است.

یافته‌های تازه در عرصه رسانه‌های جدید

هفت نوع شخصیت تکنولوژیک

همشهری آنلاین: امروزه تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها و رسانه‌های اجتماعی از هر زمان دیگری محبوب‌تر شده‌اند، و در چنین زمانه‌ای میزان گرایش افراد به استفاده این تکنولوژی‌های ارتباطی به مبنای جدید برای طبقه‌بندی شخصیت افراد بدل شده است.

به گزارش لایو ساینس پژوهش جدید بوسیله شرکت برودکام (Broadcom) بیانگر وجود هفت نوع شخصیت مجزا میان بزرگسالان آمریکایی بر مبنای استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی است.

در این طبقه‌بندی دو بعد اصلی سبک شخصیتی افراد را تعیین می‌کند: یکی "مرتبط بودن" (connectivity) یا میزان استفاده فرد از وسائل ارتباطی و رسانه‌های اجتماعی، و دیگری "رفتار" ارتباطی فرد، یا چگونگی استفاده فرد از ابزارهای متصل به اینترنت، و پلتفرم‌های آنلاین برای ارتباط برقرار کردن با دیگران.

این طبقه‌بندی؛ افراد را بر این دو اساس از نظر شخصیت به این گروه‌ها تقسیم کرده است:

همیشه آنلاین (always on): این گروه که 8 درصد از جمعیت بزرگسالان را تشکیل می‌دهند، "مرتبط‌ترین" افراد در میان این انواع شخصیت‌ها هستند.

این افراد از تکنولوژی برای خلق محتواهای جدید استفاده می‌کنند و به طور فعال با دیگران در ارتباط هستند. این افراد با احتمال بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها، به تکنولوژی‌های جدید روی می‌آورند، و در صدر نظردهندگان درباره آنها هستند. به علاوه این گروه افراد با احتمال بیشتری ممکن است با افرادی که از قبل نمی‌شناختند، اما علاقه به شناختن آنها دارند، با این تکنولوژی‌ها ارتباط برقرار کنند.

ارتباطات زنده (Live wires): این گروه که 35 درصد بزرگسالان را تشکیل می‌دهند، به میزان بالایی "مرتبط" هستند، و از تکنولوژی برای مکالمه با دیگران استفاده می‌کنند. بیشترین استفاده این گروه از تکنولوژی برقرار ارتباط با اعضای خانواده و دوستان است. اغلب افراد جزء این گروه تلفن هوشمند دارند، و بسیاری‌شان هم دارای تبلت و تلویزیون‌های متصل به اینترنت هستند. به علاوه این گروه با احتمال بیشتری در استخدام تمام وقت و جزء گروه سنی "هزاره‌ای" (افراد در دهه 20 و ابتدای دهه 30 زندگی) هستند.

برداشت‌کنندگان اجتماعی (Social skimmers): این گروه نیز که میزای بالایی از مرتبط بودن دارند، و حدود 6 درصد جمعیت بزرگسالان را تشکیل می‌دهند، دارای ابزارهای بسیار هستند، از بسیاری از سایت‌های شبکه‌سازی و شبکه‌های اجتماعی آنلاین استفاده می‌کنند، و این تکنولوژی را برای ارتباط برقرار کردن با دوستان و خانواده‌شان به کار می‌گیرند. اما این گروه با وجود میزان بالای مرتبط بودن، عمدتاً از تکنولوژی جدید برای دریافت اطلاعات استفاده می‌کنند، تا ارتباط برقرار کردن فعال با دیگران.

پخش‌کنندگان (Broadcasters): این گروه 8 درصدی از جمعیت بزرگسال که میزان مرتبط بودن‌شان از گروه‌های قبلی کمتر است، از تکنولوژی به طور انتخابی برای خلق محتواهای جدید و گفتگو با دیگران درباره شیوه کارشان استفاده می‌کنند، نه اظهار نظر کردن به شیوه‌ای جنجالی‌تر. این گروه با کمترین احتمال ممکن است از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند و عمدتاً از تلفن‌های همراه‌شان برای تلفن زدن یا تلفن گرفتن استفاده می‌کنند.

محتاطان (Toe-Dippers): این گروه که 27 درصد بزرگسالان را در برمی‌گیرد، در میان این گروه‌های با میزان پایین "مرتبط بودن" پایین بزرگترین گروه را تشکیل می‌دهند و اعضای آن از تکنولوژی برای گفتگو و معاشرت استفاده می‌کنند. این گروه عمدتاً دارای کامپیوتر رومیزی و کامپیوترهای لپ‌تاپ هستند، و کمتر از یک چهارم آنان تلفن هوشمند دارند. این گروه با بیشترین احتمال ممکن است بگویند هنگام ارتباط با دوستان ترجیح می‌دهند، با آنها تماس شخصی داشته باشند.

گوشه‌گیرها (Bystanders): گوشه‌گیرها 15 درصد جمعیت بزرگسال را تشکیل می‌دهند، کمترین میزان مرتبط بودن را دارند. در حالیکه بیش از دو سوم این افراد کامپیوتر رومیزی دارند، میزان مالکیت لپ‌تاپ در آنها در کمترین حد است. به علاوه فقط 12 درصد

آنها تلفن هوشمند دارند. آنها کمتر از سه بار در روز برای ارتباط برقرار کردن با خانواده و دوستان استفاده می‌کنند که 5 بار در روز کمتر از میانگین ملی آمریکا است. این گروه افراد هنگام استفاده از تکنولوژی از آن برای دریافت اطلاعات استفاده می‌کنند و این گروه با بیشترین احتمال ممکن است بگویند از تکنولوژی عمدتاً برای قرار گرفتن در جریان اخبار و وقایع روز استفاده می‌کنند.

ناچاران (Never-Minders): این گروه 2 درصد جمعیت بزرگسال را تشکیل می‌دهند و نسبت به سایر گروه‌ها بخش کوچکی را شامل می‌شوند؛ آنها از تلفن، پیام متنی یا رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با دیگران استفاده نمی‌کنند. این گروه افراد درباره استفاده از تکنولوژی نگران هستند و با احتمال بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها ممکن است بگویند تکنولوژی باعث می‌شود که احساس انزوای بیشتری بکنند. هنگامی که این افراد با تکنولوژی ارتباط برقرار کنند به احتمال بیشتر فقط از سر ناچاری است.

این پژوهش نشان داد که در مجموع سن و جنس تعیین‌کننده‌های اصلی مرتبط بودن از طریق تکنولوژی هستند.

افرادی که بیشترین میزان مرتبط بودن را دارند، با احتمال بیشتری ممکن است زن و از گروه سنی هزاره‌ای (دهه دوم و سوم زندگی) باشند، در حالیکه افراد با مرتبط بودن کمتر، با احتمال بیشتری مرد یا جزء نسل "ازدیاد بچه‌ها" (baby boomers) (متولدین پس از سال‌های جنگ جهانی دوم) یا سالمندان بالای 65 سال هستند.

این بررسی بر اساس نظرخواهی از 1500 آمریکایی بزرگسال انجام شده است.