

IMPACTUL SOCIAL MEDIA ASUPRA STUDENȚILOR

BOBEICĂ Paula-Gabriela

Student

Facultatea de Științe Economice, Specializarea E.C.T.S, Universitatea Valahia, Târgoviște, România,
e-mail b.paulagabriela@yahoo.com

STÎRLICIU Larisa Ștefania

Student

Facultatea de Științe Economice, Specializarea E.C.T.S, Universitatea Valahia, Târgoviște, România,
e-mail lary.larisa94@yahoo.com

Știm cu toții cât de importantă a devenit tehnologia în zilele noastre. O parte din ea este chiar mediul virtual. Scopul acestei lucrări este de a reliefa aspectele importante pe care le are social media (mediul social) asupra activității și vieții studenților. Vom face acest lucru cu ajutorul unui chestionar la care au răspuns un număr de ... studenți. Curiozitatea ne-a mânat însă și mai departe și am dorit să aflăm care sunt și părerile profesorilor Universității Valahia în ceea ce privește social media. Rezultatele obținute vor arăta cum anume este percepută această componentă a lumii moderne și care sunt efectele ei.

Cuvinte cheie: Concept Social Media, Impact, Evoluție, Efecte

CUPRINS

Introducere.....	3
CAPITOLUL I	
Social Media- Teorii.Tipuri.....	4
CAPITOLUL II	
Platforme de social media.....	5
CAPITOLUL III	
Studiu de caz referitor la influența pe care o are social media asupra studenților.....	7
Concluzii.....	13

INTRODUCERE

Tema a fost aleasă din pură curiozitate și din dorința de a cerceta acest domeniu care constituie o adevărată necesitate în lumea în care trăim. Am ales să tratăm această temă deoarece, considerăm că deși social media este un instrument folosit pentru a facilita comunicarea, oamenii trebuie să fie conștienți atât de avantaje cât și de dezavantajele acesteia.

De asemenea, acest concept a avut o evoluție rapidă și s-a bucurat de atenția tuturor internaților la nivel mondial. Social Media a apărut datorită Facebook care pe la mijlocul anului 2004 era lansat în online-ul nord-american propunând o nouă modalitate de interacțiune umană în online și care prin simpla structură a site-ului permitea distribuirea unui flux informațional foarte mare, rapid și extrem de eficient.

Lucrarea vizează stabilirea influenței pe care o are mediul de socializare asupra studenților. Astfel, în Capitolul I am abordat teorii și tipologii privind tema aleasă.

În Capitolul II, am considerat necesară o prezentare a importanței termenului „social media”.

În Capitolul III, am trecut la prezentarea bazei practice a lucrării, ce constă în realizarea unei cercetări pe bază de chestionar prin intermediul cărei vom stabili impactul pe care îl are social media asupra studenților, acesta fiind de fapt, scopul cercetării vizate.

În final, în urma interpretării datelor obținute și verificării ipotezelor, am prezentat concluziile și propunerile, cu referire asupra lucrării realizate.

The theme was chosen of pure curiosity and desire of investigating this area which is a real necessity in the world we are living. We chose to write about this theme because we consider that even though social media is a instrument used for easing the communication, people must be aware of advantages and disadvantages as well.

Also, this concept had a quick evolution and enjoyed everyone's attention on the internet worldwide. Social Media appeared on the half of 2004 because of Facebook which was released on the north-american internet suggesting a new way of online human interaction and the simple structure of the site allowed the distribution of a large, quick and extremely efficient informational flow.

The paper targets the establishment of the influence that social media has it over the students. Thereby, in Chapter I we approached theories and typologies about the chosen theme.

In Chapter II, we considered necessary a presentation of the importance of social media.

In Chapter III, we went to the practical presentation of the paper which consist in the achievement of a research on the basis of a questionnaire which will help us establish the impact that social media has it over the students, therefore is the purpose of the research.

Eventually, after interpreting data and verifying hypotheses, we presented conclusions and suggestions about the paper.

CAPITOLUL I

Social Media- Teorii

Media de socializare online (social media) reprezintă un grup de instrumente (site-uri web și soft-uri/aplicații) care funcționează cu ajutorul unui dispozitiv conectat la Internet (computer, laptop, tabletă, telefon mobil etc.) și care au fost construite pentru a facilita comunicarea utilizatorilor de Internet și crearea, distribuirea și schimbul de conținut (text, foto, video, audio, prezentări multimedia etc.) între membrii unor grupuri sociale (prietenii, colegii, familia etc.) care se formează pe bază de încredere, fiecare membru căutând să-și valorifice identitatea, apartenența, creativitatea și libertatea de exprimare și participare.

Definițiile social media pot fi numeroase, în funcție de facilitățile oferite de fiecare rețea:

- *Interacțiune socială* care, prin intermediul unor tehnologii web se transformă într-un dialog interactiv între utilizatori. Întreaceștia se produce nu numai o partajare de impresii, opinii, ci și de conținut audio, video ori text.
- *Instrument de marketing*, adresat publicului țintă, folosit în scopul creșterii vizibilității unei companii.
- *Modalitate de comunicare* și de constituire a unor grupuri care împărtășesc interese comune. Interacțiunea se produce în timp real, între persoane care pot fi în orice parte a Pământului, fapt care crește valoarea intrinsecă a unui astfel de grup.

Putem spune că sunt mai multe **tipuri** de social-media:

- Rețele sociale – oferă posibilitatea interconexiunii dintre oameni care împărtășesc interese, preocupări similare. Printre cele mai populare sunt Facebook și LinkedIn.
- Bloguri și forumuri – comunicarea dintre utilizatori se realizează prin postarea de mesaje dedicate temei principale a forumului de discuții ori mesajului principal exprimat în blog.
- Microbloguri – reprezintă un tip de blog prin intermediul căruia utilizatorii pot publica scurte actualizări denumite micropostări (microposts). Cel mai popular din această categorie este Twitter.
- Partajare conținut media – utilizatorii pot descărca, partaja, viziona sau asculta conținut media (melodii, filme, fotografii), având totodată posibilitatea de a aprecia ori comenta respectivul material. Printre cele mai populare sunt YouTube și Flickr.
- Site-uri de bookmarking – oferă posibilitatea de a căuta, organiza și salva linkurile preferate. Cele mai cunoscute sunt: Delicious și StumbleUpon.
- Știri de interes social – aceste site-uri promovează cele mai citite, de impact știri ale momentului, sortate în funcție de preferințele cititorilor și de numărul de partajări. Cele mai cunoscute sunt: Reddit și Digg.

De remarcat este faptul că aceste tipuri de social media nu sunt de sine stătătoare, între ele existând interconexiuni. De exemplu, Digg are un serviciu prin intermediul căruia afișează cele mai promovate informații ale persoanelor aflate în lista de prietenii de pe Twitter. De asemenea, Facebook folosește o caracteristică de microblogging, denumită Status Update, iar sistemul de postare a comentariilor pe Flickr și YouTube este asemănător celui de pe bloguri.

CAPITOLUL II

PLATFORME DE SOCIAL MEDIA

Social Media se referă la nevoile comunicaționale ale utilizatorilor, iar la nivelul țării noastre un studiu a dovedit ca cele mai importante sunt: Facebook, Google, Youtube și Yahoo.

În continuare vom prezenta pe scurt aceste tipuri de social media menționând avantajele și dezavantajele acestora.

FACEBOOK

În anul 2003, Mark Zuckerberg, student la Harvard, alături de alți 4 colegi au inventat un site care conținea fotografii, dedicat studenților. Acesta a fost predecesorul Facebook, denumit Facemash. După închiderea acestui site de către administrația de la Harvard din motive de confidențialitate, Zuckerberg a scris un alt cod pentru un alt site, Thefacebook. Acesta a devenit actualul Facebook. Având un real succes, grupul țintă s-a extins către alte universități din Statele Unite și, începând cu anul 2006, rețeaua a devenit accesibilă oricărui utilizator cu vârsta peste 13 ani și cu o adresă validă de email.

Avantaje

- Accesibilitate- este gratuit și oferă multiple modalități de comunicare online: mesaje, bloguri, materiale audio și video.
- Implicații sociale
 - rețea de prieteni: familie, reluarea legăturilor cu vechi cunoștințe, sau crearea de noi relații ori atragerea de susținători (fani)
 - asocierea unor persoane care împărtășesc aceleași preocupări, opinii
 - participarea la evenimente sau realizări importante din viața prietenilor
 - exprimarea opiniilor și primirea de feedback
- Confidențialitate- accesul la datele personale și la activitatea desfășurată pe Facebook pot fi restricționate dacă utilizatorul dorește.

Dezavantaje

- Impact la nivel personal
 - dependența induce pierderea contactului cu viața socială reală și, implicit, destrămarea legăturilor care nu implică utilizarea spațiului virtual
 - scăderea performanțelor școlare în rândul tinerilor
 - contactul cu persoane rău-intenționate, care pot determina stărici conflictuale, ceea ce poate pune în primejdie echilibrul emoțional al anumitor persoane (de regulă, din rândul tinerilor)
 - fiind un spațiu public, există pericolul folosirii activității pe Facebook în privința utilizatorului (fapt des întâlnit mai ales în cazul persoanelor publice)
- Influență
 - crearea unor grupuri ce promovează mesaje discriminatorii sau extremiste, în scopul influențării și cooptării de noi membri
 - fiind o platformă atât de puternică, Facebook induce un monopol care afectează în primul rând companiile care sunt nevoite să adereacesteia, pe principiul: Dacă nu ești pe Facebook, nu ești!
- Securitate
 - falsa identitate prin posibilitatea postării unor date ireale care induc în eroare sau, mai mult, furtul de identitate
 - datele personale, odată devenite publice pot fi utilizate în scopul urmăririi respectivului utilizator, fără voia sa

- cu cât sunt mai multe date personale afișate, cu atât crește pericolul ca acestea să fie folosite de către crackeri în scopul spargerii conturilor bancare, email sau PayPal
- atacurile hackerilor în scopul răspândirii de malware (soft-uri malițioase). Acestea pot fi declanșate printr-un singur click pe un link.

GOOGLE PLUS

Google Inc. este o corporație americană multinațională care administrează motorul de căutare pe Internet cu același nume. A fost fondată în 1998 de către doi doctoranzi de la Universitatea Stanford, Larry Page și Sergey Brin. Google oferă o metodă simplă și rapidă de găsire a informațiilor pe web, având o bază de date despre peste 8 miliarde de surse web. La începutul anului 2004 Google răspundea zilnic la mai mult de 200 milioane de consultări.

Avantaje

- **Accesibilitate**
 - prezența pe Google+ permite accesul la toate serviciile oferite de Google: hărți, știri, YouTube, căutare, gmail etc.
 - interfață prietenoasă;
 - față de Twitter și Facebook, Google Plus nu are limită de caractere
- **Societate**- grupurile de interes (circles), informațiile text, audio sau video creează legături puternice care pot deveni, în timp, sursele dezvoltării unor afaceri sau ale desfășurării unor evenimente.
- Google Plus este în plină creștere a popularității atât datorită preocupării constante pentru calitatea opțiunilor, cât și datorită diversității acestor opțiuni. În plus, Google are o imagine de brand bine cunoscută

Dezavantaje

- **Inexistența aplicațiilor**, care rămân punctul forte al Facebook
- Pentru utilizatorii noi, navigarea prin meniuri poate fi dificilă la început, comparativ cu Facebook
- popularitatea- deocamdată popularitatea crescută a Facebook determină un utilizator să renunțe la Google+, deoarece șansele de a regăsi persoane cunoscute este mult mai ridicată în cazul Facebook
- nu toate companiile, instituțiile au un cont de Google+, ceea ce scade posibilitatea ca publicul țintă să aleagă în a-și crea conturi pentru a comunica cu acestea.

YOUTUBE

În anul 2005, trei foști angajați ai companiei PayPal, Steve Chen, Jawed Karim și Chad Hurley au avut ideea construirii unui site web care să acopere necesitatea distribuirii de conținut video. Acesta s-a numit YouTube. A devenit în scurt timp extrem de popular în Statele Unite ale Americii, iar companii de renume precum CBS, NBC, Lions Gate Entertainment au încheiat parteneriate în scopul distribuirii de filme de lung sau scurt metraj. O etapă importantă a reprezentat-o posibilitatea vizualizării materialelor de pe YouTube direct din browserul Google Chrome și platforma Google Plus.

Avantaje

- este accesibil și gratuit
- este un mijloc de promovare
- conținut variat: muzică, filme, reclame etc
- interacțiunea socială, posibilitatea de feedback

Dezavantaje

- riscul vizualizării de conținut/ limbaj neadecvat
- riscul încălcării drepturilor de autor
- limitări în ceea ce privește fișierului (mărime, durată)

YAHOO

Yahoo! este o corporație de internet multinațională, cu sediul în Sunnydale, California. Ea este cunoscută mai ales pentru portalul său web, motorul de căutare Yahoo Search, și o serie de alte servicii bazate pe un cont unic, printre care Yahoo Directory, Yahoo Mail, Yahoo News, Yahoo Finance, Yahoo Groups, Yahoo Answers, Yahoo Maps, Yahoo Video, Yahoo! Messenger ș.a. Yahoo este unul din cele mai populare site-uri din Statele Unite. Conform presei, aproximativ 700 de milioane de persoane vizitează site-urile Yahoo lunar. Yahoo! a fost la început denumit „*Ghidul lui Jerry și David despre rețeaua mondială de calculatoare*”. Numele Yahoo! provine de la expresia: „Yet Another Hierarchical Officious Oracle!”.

Avantaje

- prezența pe Yahoo permite accesul la toate serviciile oferite de acesta: hărți, știri, căutare, horoscop, sporturi, filme, etc.
- Serviciu gratuit de poștă electronică
- Spațiu de stocare uriaș, oferit față de alte servicii de același tip

Dezavantaje

- Reclamele numeroase
- Nu permite precum alte servicii de e-mail, vizualizarea fără downloadare a documentelor Word, Excel sau Power Point.

CAPITOLUL III

STUDIU DE CAZ REFERITOR LA INFLUENȚA PE CARE O ARE SOCIAL MEDIA ASUPRA STUDENȚILOR

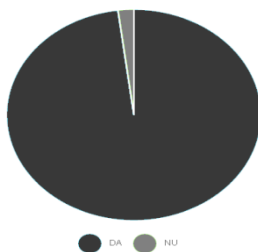
Scopul cercetării vizate este de a reliefa aspecte importante ale utilizării diferitelor tipuri de social media și mai ales cum sunt ele percepute atât de către studenți cât și de către profesori.

Ca metodă de culegere a informațiilor, folosită în cercetarea aleasă, este *sondajul* (studiul bazat pe chestionar), la care au participat 50 de respondenți (studenți).

Varianța de culegere a informațiilor, în cazul studiului precizat , bazat pe chestionar, s-a realizat online, cu ajutorul site-ului <https://freeonlinesurveys.com> .

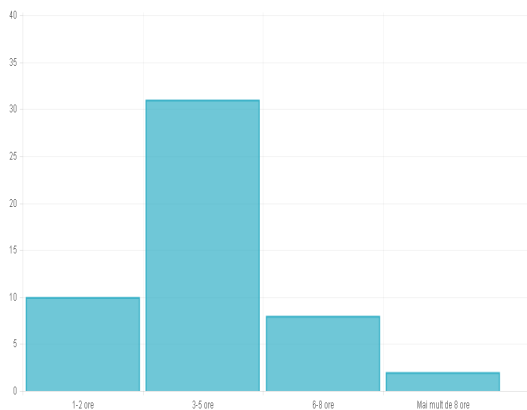
Interpretarea rezultatelor obținute

Întrebarea 1- Petreceți timp în mediul virtual?



În urma procesării rezultatelor reiese că 98% dintre respondenți petrec timp în mediul virtual, în timp ce doar 2% preferă alte activități, ceea ce înseamnă că studenții sunt familiarizați cu mediul virtual.

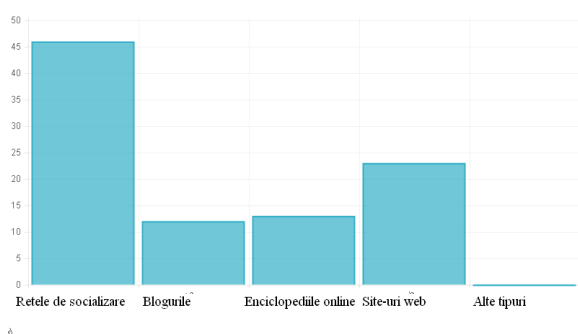
Graficul 1.1



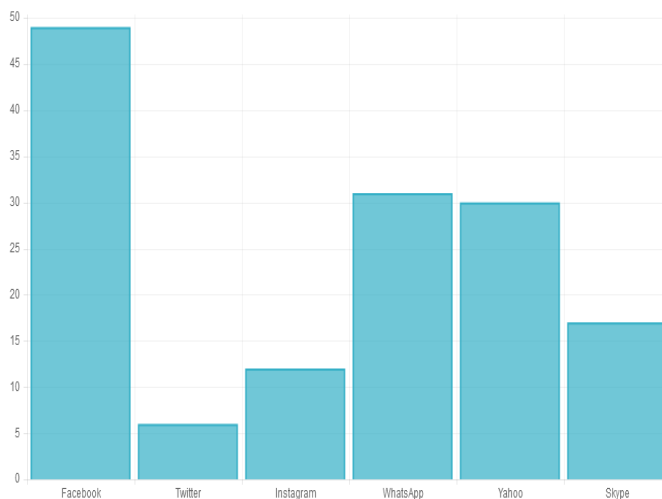
Întrebarea 2: Cât timp petreceți pe zi în mediul virtual?

S-a constatat că majoritatea studenților petrec între 3-5 ore, reprezentând un procent de 60,78 %, urmând intervalul 1-2 ore cu un procent de 19,61% și la o diferență de 3, 92 % se află intervalul 6-8 ore. Doar 3,92% petrec mai mult de 8 ore în mediul virtual. Această întrebare a avut scopul de a reliefa importanța pe care o acordă respondenții mediului virtual. De remarcat este faptul că intervalul de timp este relativ mare, scăzându-le acestora interesul pentru activitățile din viața reală.

Întrebarea 3: Ce rețele de socializare utilizați?

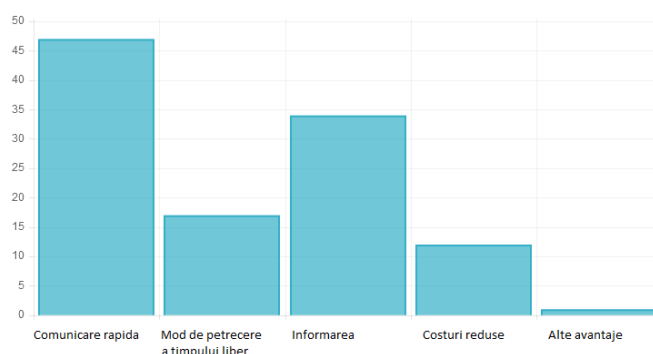


Primul loc în preferințele studenților îl ocupă rețelele de socializare, fiind urmate de site-urile web, Enciclopediile online și Blogurile.



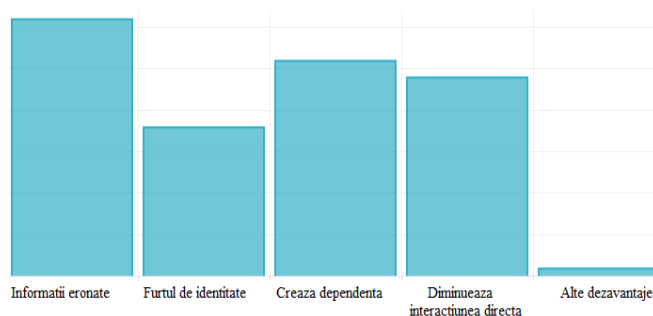
Întrebarea 4: Ce rețele de socializare utilizați?

După cum era de așteptat, locul I îl ocupă Facebook, liderul mondial al rețelelor de socializare. Utilizate însă sunt și Yahoo (58,82%) și aplicația Whatsapp (60,78%). Skype(33,33%), Twitter (11,76%) și Instagram se bucură de mai puțină popularitate.



Întrebarea 5: Când va gândiți la social media ce avantaje vă vin în minte?

Se pare ca social media este foarte bine cotate pentru comunicarea rapidă și modalitățile de informare. Nu foarte mulți au considerat social media ca fiind un mod de petrecere a timpului liber. Costurile reduse ocupă și ele un procentaj destul de însemnat (23,53%).



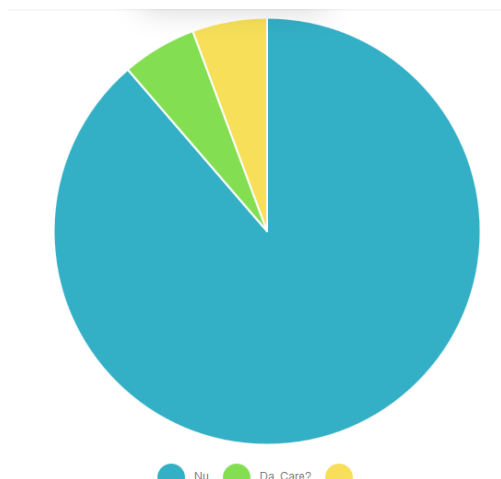
considerat ca fiind un dezavantaj, securitatea datelor.

Întrebarea 6: Dar dezavantaje?

În ceea ce privește dezavantajele, cele mai supărătoare sunt considerate a fi informațiile eronate înregistrând un procent de 60,78%. Alte dezavantaje considerate importante sunt furtul de identitate(35,29%), crează dependență(50,98%), diminuează interacțiunea directă între persoane(47,06%), iar într-un procent de 1,96% este

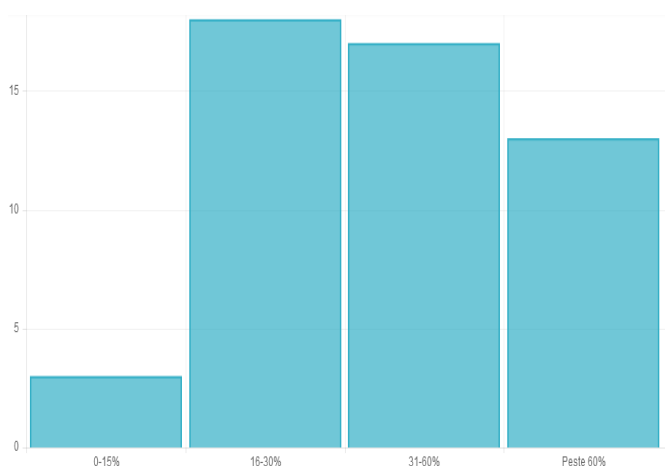
Întrebarea 7: Există vreun impediment asupra timpului petrecut în mediul virtual?

94% dintre respondenți au negat existența vreunui obstacol în calea accesării mediului virtual. 6% dintre ei recunosc că lipsa timpului liber este cea care nu le permite activități virtuale.



Întrebarea 8: În ce proporții vă sunt utile informațiile acumulate de pe rețelele sociale?

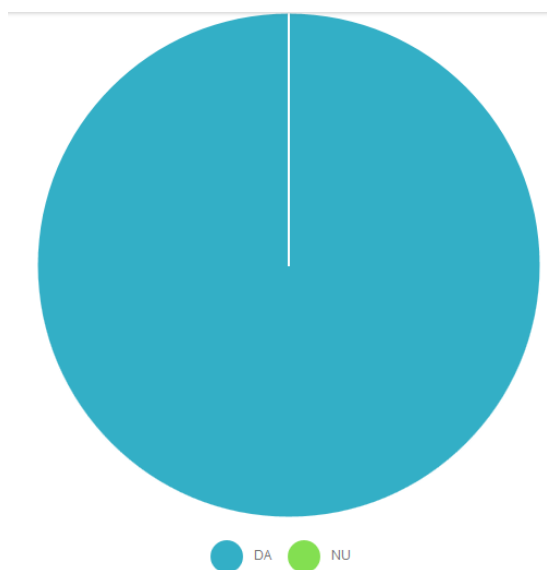
În ceea ce privește utilitatea informațiilor, părerile sunt împărțite. Doar 5,88 % dintre studenți consideră că informațiile le sunt utile într-un procent de 0-15 %, în timp ce intervalele 16%-30% și 31%-60% au valori relativ apropiate, 35,29%, respectiv 33,33%. Sunt studenți (25,49%) care consideră vitale informațiile acumulate de pe rețelele sociale

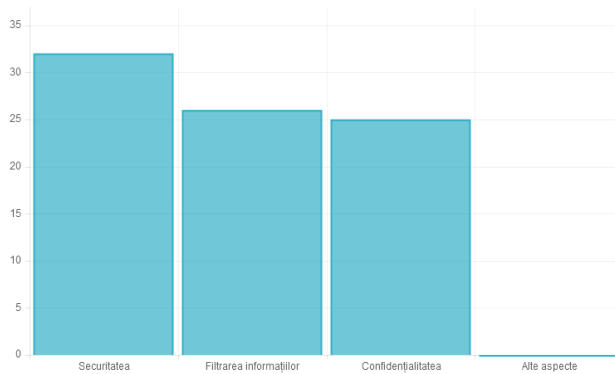


, acordându-le acestora o importanță de peste 60%.

Întrebarea 9: Obișnuiți să folosiți rețelele de socializare ca mijloc de transmitere a materialelor didactice/ suporturilor de curs?

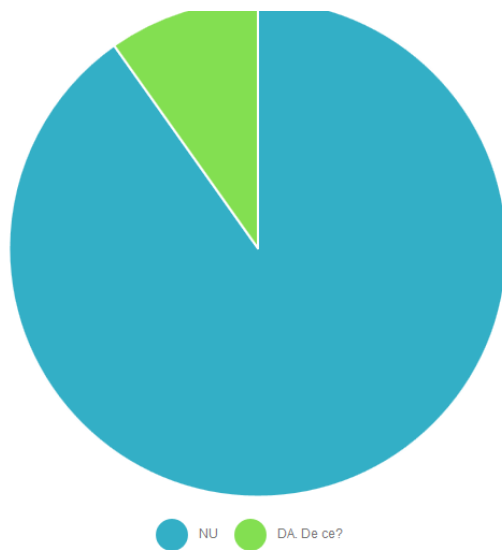
Procentajul a fost 100% pozitiv. Studenții consideră că, în era tehnologiei, aceasta este modalitatea cea mai ușoară de transmitere a informațiilor.





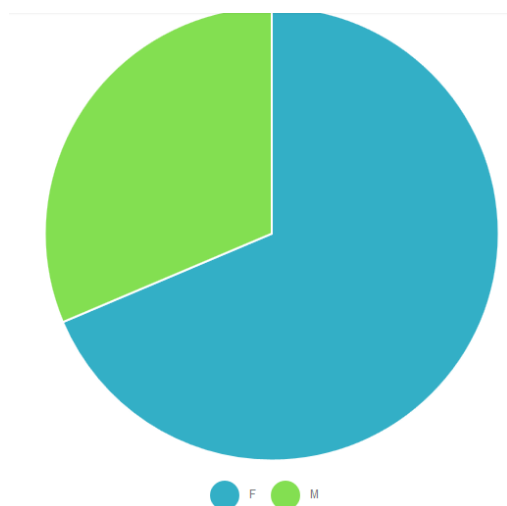
Întrebarea 10: Ce aspecte credeți că ar trebui îmbunătățite în ceea ce privește social media?

Securitatea(62, 75%) este un factor foarte important ce necesită a fi îmbunătățit. De asemenea, studenții au considerat ca filtrarea informațiilor(50, 98%) si confidențialitatea acestora(49,02%) sunt aspecte neglijate si foarte sensibile ce trebuie luate in considerare.



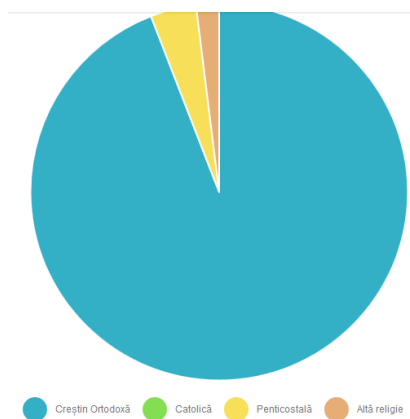
Întrebarea 11: Considerați că social media vă afectează performanțele școlare?

90.2% dintre studenți au raspuns ca performanțele nu le sunt afectate, dar un procent de 9,8% au confirmat acest aspect si principalul efect pe care îl are social media este ca ocupă prea mult timp, studenților fiindu-le distrasă atenția de la studii.



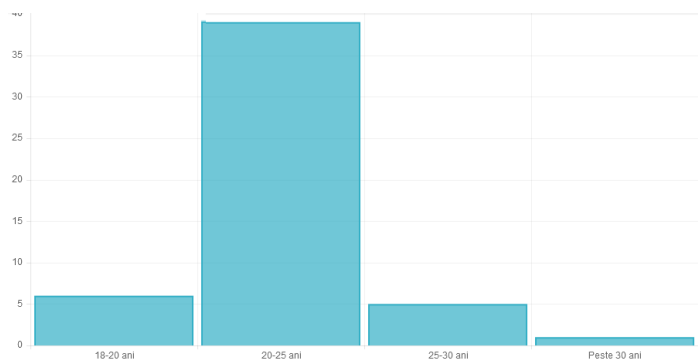
Întrebarea 12: Genul?

68, 63% din grupul țintă aparține genului feminin si doar 31,37 % genului masculin.



Întrebarea 13: Religia de care aparțineți?

Majoritatea respondenților aparțin religiei creștin-ortodoxe (94,12%) , 3,92% aparțin religiei penticostale, iar 1,96 % sunt de altă religie si anume evanghelistă.



Întrebarea 14: Ce vârstă aveți?

După cum era de așteptat, cel ,mai mare procent la avut intervalul de varsta 21-25 de ani, fiind urmat de grupa 18-20 ani(11,76%) , 26-30 ani ocupînd locul 3, în timp ce un respondent a fost cu varsta peste 30 de ani.

Concluzii

Social media joacă un rol extrem de important în viața studenților, aceasta acaparându-le o foarte mare parte din timpul lor de zi cu zi și ademenindu-i cu nenumăratele posibilități de informare, comunicare, dar și recreere, totul fără a depune vreun efort pentru a obține aceste beneficii.

Acest domeniu însă prezintă și factori de risc. În mediul virtual se pune foarte puțin accent pe confidențialitatea și securitatea informațiilor. Astfel orice persoană poate deveni o victimă.

Cum nu putem să schimbăm întregul concept al social media, propunem studenților să folosească cu înțelepciune acest domeniu și să nu se lase folosiți.

Media de socializare este benefică tuturor, dar numai în procentaje medii pentru a nu crea dependență, și cu atenție la informațiile pe care le culeg sau le transmit.

Bibliografie

<http://uefiscdi.gov.ro/Upload/666f3b1d-a364-4bbe-9902-0bbf516324df.pdf>

<http://www.greatsem.com/social-media-situatia-din-romania-pentru-luna-februarie/>

http://www.umk.ro/images/documente/publicatii/conferinta2013/razvan_popovici.pdf