CONECTAT LA MEDIA
INTERACȚIUNEA TINERILOR DIN ROMÂNIA CU MEDIA

CENTRUL PENTRU
JURNALISM
INDEPENDENT

Material realizat în cadrul programului ”Predau Educație Media! Laboratorul de educație și cultură media”, inițiat de Centrul pentru Jurnalism Independent

Autor:
Anca Velicu, sociolog, Institutul de Sociologie al Academiei Române
Coautori:
Nicoleta Fotiade, președinte MediaWise
Ioana Avădani, președinte, Centrul pentru Jurnalism Independent
Editor:
Mihaela Danga, director adjunct, Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate realizată în parteneriat cu: MediaWise Society

Activitate realizată cu sprijinul: Microsoft Romania

Program realizat în parteneriat cu Romanian-American Foundation

Acest material este finanțat parțial de Romanian-American Foundation. Opiniile, informațiile, concluziile sau recomandările exprimate aparțin autorului (autorilor) și nu le reflectă neapărat pe cele ale partenerului.

Cuprins

1.	Introducere	1
2.	Aspecte metodologice	3
3.	Acces și utilizare	4
3.1	Dispozitive folosite și durata utilizării	4
3.2	Activități online	14
3.3	Rețelele de socializare online	20
4.	Competențe digitale	28
5.	Informarea tinerilor	33
5.1	Ce înseamnă pentru tine «să fii informat»?	33
5.2	Nivelul de informare al tinerilor	37
5.3	Practici de informare	43
5.3.1	Domenii de interes	44
5.3.2	Media folosite în vederea informării	47
5.4	Competențe informaționale	52
5.4.1	Evaluarea informațiilor	52
5.4.2	Testarea cunoștințelor de competențe informaționale	62
6.	Comportament participativ în mediul online	65
7.	Folosirea internetului în context școlar	71
8.	Concluzii	88
8.1	Acces și utilizări	88
8.2	Competențele digitale	89
8.3	Informația și raportarea la ea	89
8.4	Comportamentul participativ în mediul online	90
8.5	Folosirea internetului în context școlar	91
8.6	Posibile direcții de politici publice	92
9.	Lista tabelelor	95
10.	Lista figurilor	98

1. Introducere

Apariția și generalizarea telefoanelor inteligente (smartphone) au reprezentat o schimbare de paradigmă în ceea ce privește folosirea internetului în rândul utilizatorilor, în general, și în rândul tinerilor sub 18 ani, în special. Individualizarea consumului de internet folosind un dispozitiv personal, conectivitatea continuă, convergența dispozitivelor, toate au contribuit la schimbarea practicilor de utilizare. Astfel, asistăm în ultimii ani la scurtarea timpilor de răspuns la mesaje în majoritatea situațiilor de comunicare, la scăderea costurilor și, prin aceasta, la generalizarea apelurilor video sau a transmiterii mesajelor audio-video în orice colț al planetei, la folosirea în mai mare măsură a aplicațiilor utilitare cum ar fi hărțile, la posibilitatea de a te angaja civic prin raportarea mai ușoară a unor nereguli sau abuzuri, la posibilitatea semnalării în rețeaua de prieteni a locurilor în care ești, la posibilitatea de a traduce în mod instantaneu un mesaj din aproape orice limbă într-o limbă cunoscută și multe altele. Toate aceste schimbări au redimensionat spațiul și timpul, modificând de multe ori modul în care ne imersăm într-o cultură străină, schimbând în același timp și raportarea la propria cultură și societate, precum și la locul nostru în acestea.

Modificările apărute în practicile de utilizare a internetului de către copii și adolescenți sunt însoțite în spațiul public de intensificarea unor voci critice cu privire la riscurile cu care se confruntă aceștia. Astfel, conectivitatea continuă este de multe ori tradusă în termenii pericolului de dependență sau este asociată cu riscul *cyberbullying-ului*, rețelele sociale care permit angajarea civică sau extinderea universului de relații personale sunt puse în legătură cu riscurile grooming-ului sau riscurile generale ale întâlnirii cu necunoscuți; posibilitatea de accesare a informației în mod instantaneu este văzută uneori ca invitație la lene intelectuală și ca un posibil pericol la adresa sistemului de învățământ.

O serie de proiecte la nivel european (cum sunt EU Kids Online[1] sau Net Children Go Mobile) au încercat să pună în perspectivă problema riscurilor internetului și să arate că mai multe riscuri, adesea, înseamnă și mai multe oportunități pentru utilizator și că experiențele riscante nu înseamnă neapărat experiențe dăunătoare (Livingstone et al., 2012, Mascheroni & Olafsson, 2014, Velicu et al., 2014). Mai mult, aceste cercetări europene, la care România a luat parte, au însoțit o schimbare de paradigmă pentru modul cum este privit copilul și locul acestuia în lumea digitală. Astfel, bazându-se pe noile teorii

[1] Cercetarea a presupus, în 2010, culegerea de date pe eșantioane reprezentative la nivel național despre viața digitală a copiilor de 9-16 ani din 25 de state europene, printre care și România. Pentru mai multe informații vezi http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online

relative la copilărie – care vorbesc despre construcția socială a acesteia (Prout, 2008) – s-a considerat că protejarea copilului în raport cu riscurile internetului trebuie contrabalansată de împuternicirea lui ("*empowerment*", vezi și Byrne & Burton, 2017), prin recunoașterea dreptului acestuia la o viață privată digitală și la exprimare în spațiul online. Mai mult, încă de la nivelul cercetării, s-a considerat că este necesar să fie ascultată vocea copilului atunci când se încearcă definirea situațiilor problematice pe care acesta le întâlnește pe internet (Smahel & Wright, 2014, Haddon & Vincent, 2014). Toată această schimbare de paradigmă a însoțit discursul oficial care a trecut de la dezideratul unui internet "mai sigur", la dezideratul unui internet "mai bun"[2] pentru copii și tineri, prin aceasta recunoscându-li-se dreptul la participare online și implicare civică (pentru o definire și discutare a ce înseamnă această implicare, vezi Jones & Mitchell, 2015).

Studiul de față face parte din proiectul "Predau educație media! - Laboratorul de educație și cultură media", realizat de Centrul pentru Jurnalism Independent în parteneriat cu Romanian American Foundation și derulat în perioada 2017-2019.

"Predau educație media!" este un amplu program educațional, care are drept scop creșterea competențelor în domeniul informării și consumului critic de produse mass-media ale absolvenților de învățământ preuniversitar. Programul are în centrul său profesorii de liceu, urmărind consolidarea cunoștințelor și abilităților didactice ale acestora. Profesorii sunt stimulați și sprijiniți să dezvolte, prin metode atractive și eficiente, competențele de comunicare și gândire critică ale elevilor lor, cu accent pe interacțiunea cu informația și produsele media. Totodată, prin intermediul educației media, contribuim la dobândirea competențelor și la formarea atitudinilor civice prevăzute de programele școlare.

Acest program strategic introduce elemente de educație media în materia prevăzută de programele de liceu pentru disciplinele socio-umaniste (limba română, limba engleză, limba franceză, istorie și științe sociale) și creează un set de instrumente și materiale cu ajutorul cărora tinerii înțeleg și respectă rolul media într-o societate democratică, pot identifica dezinformarea și folosi responsabil rețelele sociale.

Alături de 92 de profesori din întreaga țară, programul a dezvoltat competențe media pentru peste 12 000 de elevi și pune bazele unei comunități de 900 de cadre didactice interesate de educația media.

Principalele activităţi organizate includ: programe de pregătire pentru profesori și mentorat pentru aceștia pe tot parcursul programului, realizarea unui studiu sociologic cu privire la raportarea tinerilor la informație și mass-media, o sesiune de formare de formatori, în urma căreia 14 profesori vor deveni mentori în educație media, sesiuni de formare pentru peste 2000 de elevi etc.

[2] schimbare reflectată în trecerea de la programul Safer Internet for Kids al Uniunii Europene la programul Better Internet for Kids (www.https://www.betterinternetforkids.eu/).

2. Aspecte metodologice

Studiul intenționează să ofere o referință pentru ajustarea metodelor de predare la practicile de consum informațional ale liceenilor, pentru sporirea eficienței și atractivității procesului educațional, precum și să ofere un input factual pentru actualizarea politicilor publice pentru învățământul preuniversitar, input necesar oricărei politici publice bazate pe dovezi.

În atingerea acestor scopuri, studiul a urmărit să răspundă la următoarele întrebări de cercetare:

- Cum culeg, evaluează și utilizează informația tinerii cu vârste între 14 și 19 ani?
- Care sunt practicile de consum media ale tinerilor?
- Care este raportul tinerilor cu tehnologia?
- Cum trec tinerii de la informare la acțiune?

Pentru a răspunde la întrebările de cercetare, în perioada 15 ianuarie - 10 aprilie 2018, s-a realizat o anchetă pe bază de chestionar autoaplicat, pe un eșantion de 1000 de respondenți, eșantion reprezentativ național al persoanelor de 14-19 ani din România (numite în cele ce urmează “tineri”). Chestionarul a fost disponibil online, pe platforma Centrului pentru Jurnalism Independent și a fost diseminat public prin canalele de comunicare ale organizației. Chestionarul nu a fost limitat la beneficiarii programelor CJI, ci a putut fi completat de toți cei interesați.

Eșantionarea a fost realizată pe cote, avându-se în vedere următoarele criterii: regiunile de dezvoltare, mediul de rezidență (urban/rural), genul (masculin/feminin) și vârsta (14, 15, 16, 17, 18, 19 ani). Structura pentru cote a fost calculată pe baza datelor INSSE disponibile pentru populația de 14 - 19 ani.

3. Acces și utilizare

În această secțiune vom descrie modul în care tinerii folosesc și se raportează la tehnologie, luând în considerare trei aspecte, și anume: dispozitivele folosite pentru accesarea internetului, durata folosirii internetului și activitățile online. Pentru cel din urmă aspect, o atenție deosebită va fi acordată rețelelor sociale, datorită, pe de o parte, importanței pe care acestea o au în viața tinerilor (și nu numai), dar și datorită caracterului de media convergente al acestora: dată fiind versatilitatea acestor platforme, o persoană poate derula o multitudine de activități (cum ar fi comunicarea privată sau publică, informarea, divertismentul prin jocuri video sau urmărire de video-clipuri etc.) fără a părăsi rețeaua socială favorită.

Înțelegând mai bine obiceiurile de acces și utilizare, școala ar putea modela procesul didactic, de la predare până la teme și proiecte realizate de elevi, pentru a valoriza aceste obiceiuri, a face predarea și evaluarea mai atractive și mai naturale pentru elevi.

3.1 Dispozitive folosite și durata utilizării

Telefonul mobil este dispozitivul cel mai utilizat de tineri în accesarea internetului. Nu există diferențe notabile între tinerii din mediul urban și cel rural, dar există diferențe de obișnuințe de utilizare între fete și băieți.

Rezultatele indică o modificare a obișnuințelor de utilizare. Datele din 2013 (Velicu et al., 2014) arătau că tinerii din România erau încă în epoca “desktop”, cea a calculatorului de birou, fiind pe ultimul loc – dintre țările participante la proiect – în ceea ce privește accesarea internetului prin intermediul telefoanelor inteligente. În 2018, lucrurile s-au schimbat.

Tabelul 1 ne confirmă că suntem în era mobilității, *smartphone-ul* fiind, cu 81% menționări, de departe cel mai utilizat dispozitiv de pe care tinerii accesează internetul. El este urmat de computerul de birou (7%), telefonul mobil “obișnuit” (fără facilități “*smart*”)(6%) și laptop (5%). Tableta este aproape inexistentă ca dispozitiv principal de accesare a internetului la această vârstă.

Tabelul 1: Cel mai utilizat dispozitiv pentru a accesa internetul

Cel mai folosit dispozitiv pentru a intra pe internet	Smartphone	Tabletă	Laptop	Computer	Telefon mobil non-smart	Cititor e-book
Masculin	76%	1%	7%	12%	4%	0%
Feminin	86%	1%	3%	1%	9%	0%
Rural	81%	1%	5%	4%	9%	0%
Urban	82%	0%	5%	9%	4%	0%
14-15 ani	82%	1%	5%	7%	5%	0%
16-17 ani	82%	1%	6%	5%	6%	0%
18-19 ani	80%	0%	3%	8%	9%	0%
Total	**81%**	**1%**	**5%**	**7%**	**6%**	**0%**

Q9. De pe ce dispozitiv accesezi cel mai des internetul în timpul unei zile?

- Fetele sunt mai "mobile" decât băieții atunci când este vorba de accesarea internetului, cu 10% mai multe fete decât băieți declarând că accesează internetul cel mai mult de pe *smartphone* și cu 5% mai multe declarând că accesează internetul de pe un telefon care nu e *smartphone*.
- Băieții se îndreaptă în mai mare măsură spre calculatoare, cu 11% mai mulți băieți decât fete declarând că cel mai mult folosesc calculatorul de birou pentru a accesa internetul și cu 4% mai mulți decât fete declarând că folosesc laptopul în acest sens.
- Există diferențe între urban și rural în ceea ce privește dispozitivele predilecte pentru a accesa internetul: cu 5% mai mulți tineri din zona urbană desemnează calculatorul de birou și tot cu 5% mai mulți tineri din rural desemnează telefonul ca dispozitiv predilect de accesare a internetului. Diferențele pot fi atribuite infrastructurii de rețele de internet prin cablu, mai puțin dezvoltate la sate.

Tabelul 2: Durata de utilizare a diferitelor dispozitive pentru accesarea internetului

	Smartphone	Tabletă	Laptop	Computer de birou
Deloc	5%	85%	39%	63%
Sub o oră	4%	8%	21%	12%
1-2 ore	13%	3%	13%	7%
2-3 ore	17%	1%	12%	5%
3-4 ore	13%	1%	6%	4%
4-5 ore	12%	1%	3%	3%
5-6 ore	12%	0%	3%	2%
peste 6 ore	26%	1%	3%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Q8. Câte ore folosești într-o zi următoarele dispozitive ca să accesezi internetul?

Conform datelor din Tabelul 2, *smartphone-ul* este folosit de către cei mai mulți utilizatori (26%) peste 6 ore, în timp ce tableta (8%), laptopul (21%) sau computerul de birou (12%) sunt folosite de către cei mai mulți utilizatori sub o oră pe zi.

Tabelul 3: Durata de utilizare a smartphone-ului pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediul de rezidență și vârstă

Smartphone	Deloc	Sub 2 ore	2-4 ore	4-6 ore	peste 6 ore
Masculin	4%	22%	34%	20%	20%
Feminin	7%	10%	25%	26%	32%
Rural	7%	14%	31%	23%	25%
Urban	3%	19%	28%	23%	26%
14-15 ani	5%	23%	28%	22%	24%
16-17 ani	6%	13%	32%	26%	23%
18-19 ani	6%	13%	29%	21%	31%
Total	5%	16%	30%	23%	26%

Q8. Câte ore folosești într-o zi următoarele dispozitive ca să accesezi internetul ? Smartphone.

- Fetele, mai mult decât băieții, accesează internetul de pe smartphone pentru perioade mai lungi, 32% dintre ele, față de 20% băieți, declarând mai mult de 6 ore de accesare a internetului în acest fel.
- Cei mai mulți (34%) dintre băieții care folosesc *smartphone-ul* să acceseze internetul îl utilizeaza între 2 și 4 ore.

Tabelul 4: Durata de utilizare a tabletei pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Tableta	Deloc	Sub 2 ore	2-4 ore	4-6 ore	peste 6 ore
Masculin	87%	9%	2%	1%	1%
Feminin	83%	13%	3%	1%	1%
Rural	84%	11%	3%	1%	1%
Urban	86%	11%	2%	0%	1%
14-15 ani	83%	11%	3%	1%	2%
16-17 ani	87%	9%	2%	1%	1%
18-19 ani	83%	13%	2%	1%	1%
Total	85%	11%	2%	1%	1 %

Q8. Câte ore folosești într-o zi următoarele dispozitive ca să accesezi internetul? Tableta.

Așa cum arată Tabelul 4, tableta este în general puțin folosită de către tinerii între 14 și 19 ani din România, 85% declarând că nu o folosesc deloc în timpul unei zile pentru a accesa internetul, în timp ce unul din zece tineri declară că o folosește până la 2 ore pe zi în acest scop.

Tabelul 5: Durata de utilizare a laptopului pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Laptop	Deloc	Sub 2 ore	2-4 ore	4-6 ore	peste 6 ore
Masculin	46%	25%	19%	5%	5%
Feminin	32%	43%	17%	6%	2%
Rural	40%	33%	18%	6%	3%
Urban	37%	36%	19%	5%	3%
14-15 ani	44%	33%	14%	4%	5%
16-17 ani	37%	31%	23%	6%	3%
18-19 ani	36%	38%	17%	6%	3%
Total	39%	34%	18%	5%	4%

Q8. Câte ore folosești într-o zi următoarele dispozitive ca să accesezi internetul? Laptop.

Tabelul 5 și Tabelul 6 arată o preponderență a laptopului în fața calculatorului de birou, 63% dintre respondenți spunând că nu îl folosesc deloc pe cel din urmă, față de 39% care declară că nu folosesc deloc laptopul.

Tabelul 6: Durata de utilizare a computerului de birou pentru accesarea internetului în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Computer de birou	Deloc	Sub 2 ore	2-4 ore	4-6 ore	peste 6 ore
Masculin	54%	18%	12%	8%	8%
Feminin	73%	20%	5%	1%	1%
Rural	64%	21%	8%	4%	3%
Urban	62%	17%	10%	6%	6%
14-15 ani	58%	24%	10%	3%	5%
16-17 ani	65%	17%	9%	5%	4%
18-19 ani	66%	16%	7%	6%	5%
Total	63%	19%	9%	5%	4%

Q8. Câte ore folosești într-o zi următoarele dispozitive ca să accesezi internetul? Computer de birou.

- Aproape trei sferturi dintre fete nu folosesc computerul de birou deloc, iar cele care îl folosesc o fac pentru perioade scurte de timp (sub 2 ore);
- Cei care folosesc computerul de birou în spațiul rural o fac în general pentru perioade mai scurte de timp;
- Utilizarea computerului de birou crește odată cu vârsta, de la 58% la 14-15 ani, la 66% la 18-19 ani. La vârstele mici, cei mai mulți respondenți folosesc computerul sub 2 ore (24%).

O posibilă explicație pentru diferențele în obișnuințele de utilizare a dispozitivelor poate deriva din motivul pentru care tinerii accesează internetul. De exemplu, fetele par a fi mai active în comunicarea interpersonală (pentru care telefonul mobil este instrumentul cel mai adecvat), iar băieții sunt mai activi în jocurile online (care oferă o mai bună experiență dacă sunt jucate pe calculatoare de birou). De asemenea, timpul sporit petrecut în fața calculatorului la vârste mai mari poate fi pus în legătură cu apropierea examenelor și pregătirea pentru acestea.

De altfel, cifrele obținute în studiul de față sunt similare cu cele raportate de Institutul Național de Statistică pentru anul 2018[3]. INS arată că, la nivelul întregii populații, (cu vârste de 16-74 de ani) cele mai folosite dispozitive de accesare a internetului au fost telefonul mobil sau smartphone-ul, în proporție de 86,0%. La distanță mare urmează calculatorul (PC) cu o proporție de 50,3%.

Pentru o "dietă media sănătoasă", nu contează doar timpul efectiv petrecut în fața ecranului, ci și raportarea subiectivă la această durată. Scările de măsurare a adicției de internet - și în, general, măsurarea modului în care folosirea internetului contribuie la starea de bine (*wellbeing*) a utilizatorului - se realizează prin măsurarea gradului de satisfacție cu această durată de utilizare. De aceea, am măsurat în această cercetare, pe de o parte, satisfacția utilizatorului faţă de această durată de utilizare și, pe de altă parte, dat fiind că mulți dintre respondenți sunt încă minori, satisfacția (percepută) a părinților faţă de durata de utilizare a internetului de către respondenți.

[3] Accesul populaţiei la tehnologia informaţiilor şi comunicaţiilor, în anul 2018, INS, disponibil la http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/accesul_populatiei_la_tehnologia_informatiei_si_comunicatiilor_romania_2018.pdf

Tabelul 7: Satisfacția față de durata de folosire a ecranului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Auto-percepția asupra duratei de folosire a ecranului	Mai puțin decât mi-aș dori	Exact cât îmi doresc	Mai mult decât mi-aș dori	Nu ştiu
Masculin	7%	61%	23%	9%
Feminin	4%	50%	36%	10%
Rural	6%	55%	28%	11%
Urban	5%	57%	31%	7%
14-15 ani	7%	57%	26%	10%
16-17 ani	3%	56%	30%	11%
18-19 ani	6%	54%	33%	7%
Total	5%	56%	30%	9%

Q11: În opinia ta, timpul pe care îl petreci zilnic în fața ecranului de orice fel (TV / Tabletă / PC / Laptop / Smartphone etc.) este...?

Tabelul 7 arată că majoritatea respondenților (56%) sunt satisfăcuți de timpul pe care îl alocă utilizării ecranelor. Totuși, 30% dintre respondenți consideră că petrec mai mult timp decât și-ar dori în fața ecranului, 9% declară că nu știu, iar 5% că acest timp este mai mic decât și-ar dori.

- Cei mai nemulțumiți de durata prea mare de utilizare a ecranului sunt cei din grupa de vârstă 18-19 ani și fetele (36% față de 23% băieții).
- Nu există nici în această privință diferențe sensibile între obișnuințele de consum ale tinerilor din mediul rural și urban.
- Motivele pentru această nemulțumire (e vorba de adicție?; e vorba de prea multe obligații școlare? ce anume oportunități sunt ratate din cauza acestui timp excesiv în fața ecranului?) necesită o cercetare separată, cu atât mai mult cu cât ne-am putea afla în fața unui răspuns de conformitate (vezi și Tabelul 8).

Tabelul 8: Satisfacția părinților față de timpul de folosire a ecranului de către respondenți, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Percepția despre satisfacția părinților asupra duratei de utilizare a ecranului de către copii	Mai puțin decât și-ar dori părinții mei	Exact cât își doresc părinții mei	Mai mult decât își doresc părinții mei	Nu ştiu
Masculin	7%	17%	56%	20%
Feminin	7%	15%	59%	19%
Rural	10%	13%	56%	21%
Urban	4%	19%	59%	18%
14-15 ani	8%	18%	60%	14%
16-17 ani	5%	16%	58%	21%
18-19 ani	8%	14%	54%	24%
Total	7%	16%	57%	20%

Q12: În opinia părinților tăi, timpul pe care îl petreci zilnic în fața ecranului de orice fel (TV / Tabletă / PC / Laptop / Smartphone etc.) este...?

Dacă cei mai mulți dintre respondenți sunt mulțumiți de timpul petrecut în fața ecranului (56%), Tabelul 8 arată că cei mai mulți dintre părinții lor nu sunt mulțumiți de această durată, considerând-o excesivă (57%) sau insuficientă (7%). Doar 16% declară că părinții lor sunt satisfăcuți de timpul petrecut de respondenți în fața ecranului, iar 20% nu știu să răspundă la întrebare.

- Oarecum de așteptat, procentul celor care nu știu să răspundă la întrebare crește odată cu vârsta respondenților (de la 14% la 24%), posibil ca urmare a diminuării rolului părinților în adolescența târzie.

10% dintre respondenții din mediul rural (față de doar 4% din mediul urban) spun că timpul petrecut de ei în fața ecranului este mai scurt decât și-ar dori părinții lor să fie.

Observăm o diferență marcantă între satisfacția tinerilor față de timpul petrecut pe internet (o majoritate de 56% considerând că stau pe Internet exact atât cât își doresc) și satisfacția părinților (doar 16% cred că tinerii petrec în mediul online un timp corespunzător). Mai mult, majoritatea părinților par a considera că timpul petrecut pe internet de copiii lor este excesiv. Această discrepanță derivă, cel mai probabil, din statutul digital al fiecărei generații: copiii sunt considerați a fi "nativi digitali", în timp ce părinții sunt "imigranți digitali", născuți înainte de apariția internetului și mai atașați practicilor analogice, inclusiv în domeniul educației. Această abordare diferită este potențial generatoare de tensiuni în interiorul familiei, ceea ce poate afecta starea de bine a tinerilor.

Mai mult, tensiunea nu este doar în familie, între copii și părinți, ci ea se manifestă la nivel generațional între tineri și adulți, deci se manifestă în mod egal în școală. Și în mediul didactic, internetul este văzut ca o distracție, uneori chiar ca un inamic al învățării (vezi mai jos capitolul Folosirea Internetului în context școlar).

O excepție notabilă de la această tendință o reprezintă părinții tinerilor din mediul rural. Un procentaj de 10% dintre aceștia consideră că timpul petrecut de copiii lor pe internet este prea redus, față de 4% cât înregistrează părinții din mediul urban. În acest context, putem avansa ipoteza că, pentru cei din mediul rural, internetul este văzut ca "vehicul social", un instrument care poate susține depășirea condiției sociale actuale și oferi perspective mai bune, profesionale și personale.

3.2 Activități online

Pentru a înțelege relația tinerilor cu tehnologia, un aspect important măsurat a fost cel al activităților pe care aceștia le fac pe internet. Tabelul 9 arată care este frecvența cu care respondenții desfășoară diferite activități.

Cele mai frecvente activități făcute zilnic sunt trimiterea sau primirea de mesaje (95%), ascultatul muzicii pe internet (84%) și urmărirea de videoclipuri pe internet (83%).

În ceea ce privește activitățile de informare, cei mai mulți tineri, 64%, caută zilnic pe internet informații de interes personal (cum ar fi cele legate de divertisment sau hobby-uri), unul din doi caută zilnic informații pentru școală și 4 din 10 tineri caută zilnic informații utilitare (de exemplu, hărți pentru deplasarea prin oraș, orare de funcționare a unor magazine sau instituții). 38% dintre tinerii între 14 și 19 ani din România citesc sau urmăresc zilnic știrile pe internet.

Tabelul 9: Activitățile zilnice pe care tinerii le desfăşoară pe internet

Activități zilnice	%
Ascult muzică pe internet	84%
Mă uit la videoclipuri pe internet	83%
Vizitez un profil pe o rețea de socializare	70%
Trimit/primesc mesaje/chat	95%
Joc anumite jocuri singur(ă) sau împotriva computerului	41%
Joc jocuri pe internet cu alte persoane (în rețea)	35%
Descarc muzică sau filme	28%
Caut informații pe internet pentru o temă școlară	51%
Caut informații de interes personal pe internet	64%
Caut informații utilitare (hărţi/orare)	40%
Descarc aplicații gratuite	30%
Descarc aplicaţii contra cost	7%
Vizionez o emisiune TV online/un film online	45%
Urmăresc vlog-uri	34%
Public/postez poze sau clipuri video	18%
Distribui poze, clipuri video postate de alții	19%
Semnalez în rețelele sociale locul în care mă aflu (ex. Check in)	9%
Public un comentariu/articol pe un site sau pe un blog	15%

Citesc/urmăresc ştiri pe internet	38%
Citesc o carte electronică (e-book)	11%
Urmăresc blog-uri	17%
Mă uit la tutoriale	32%
Semnez petiții online	6%

Q13. Te rugăm să ne spui cât de des faci următoarele activități...

Activitățile zilnice care implică crearea de conținut online sunt, în general, făcute de o minoritate (mai puțin de 2 din 10), cea mai frecventă fiind, distribuirea de poze sau videoclipuri postate de alții (19%), publicarea de conținut video propriu (18%), urmată, la egalitate, de publicarea unui comentariu sau articol pe un site sau blog și de semnalarea în rețelele sociale a locului în care se află (15%) apoi de semnarea petițiilor online (7%).

Tabelul 10: Activități de informare practicate în mod zilnic, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Activități zilnice	Caut informații pe internet pentru o temă școlară	Caut informații de interes personal pe internet	Citesc/ urmăresc ştiri pe internet	Caut informații utilitare (hărţi/orare)
Masculin	38%	66%	40%	44%
Feminin	34%	61%	36%	37%
Rural	37%	62%	37%	38%
Urban	35%	66%	40%	43%
14-15 ani	36%	58%	32%	38%
16-17 ani	38%	65%	41%	41%
18-19 ani	34%	68%	41%	42%

Q13. Te rugăm să ne spui cât de des faci următoarele activități...

Referitor la comportamentul zilnic de informare online, Tabelul 10 arată variațiile acestuia cu vârsta, mediul de rezidență și genul. Astfel:

- La toate tipurile de informare măsurate, băieții par a fi mai activi decât fetele, raportând procentaje mai mari pentru fiecare activitate în parte.
- Tinerii din mediul urban par a fi mai activi în căutarea de informații, cu excepția informării pentru o temă școlară.
- Pe măsură ce cresc în vârstă, crește probabilitatea ca tinerii să caute zilnic diverse tipuri de informații online. Excepție fac informațiile școlare, față de care interesul scade în ultimii ani de liceu. Probabil, pe măsură ce se apropie Bacalaureatul, temele devin mai rare și se concentrează pe repetarea materiei de examen.

Un punct de interes al cercetării a fost relația tinerilor cu informația și trecerea de la informație la acțiune. Astfel, Tabelul 11 și Tabelul 12 arată frecvența cu care sunt practicate diferite activități de informare și participative în mediul online. 14% dintre tineri nu urmăresc niciodată știrile pe internet, iar 11% o fac o dată pe lună sau mai rar. În același timp, mai mult de 8 din 10 tineri caută pe internet informații școlare sau de interes personal cel puțin săptămânal.

Tabelul 11: Frecvența cu care sunt practicate activitățile de informare în mediul online

Activități de informare (%)	De câteva ori pe zi	O dată pe zi	De câteva ori pe săptămână	O dată pe săptămână	De câteva ori pe lună	O dată pe lună sau mai rar	Niciodată
Caut informații pe internet pentru o temă școlară	27%	24%	31%	7%	6%	3%	2%
Caut informații de interes personal pe internet	43%	21%	21%	6%	4%	2%	3%
Caut informații utilitare (hărţi/ orare)	21%	19%	26%	11%	11%	6%	6%
Citesc/ urmăresc ştiri pe internet	23%	15%	20%	9%	8%	11%	14%

Q13. Te rugăm să ne spui cât de des faci următoarele activități...

Tabelul 12 evidențiază frecvența cu care tinerii practică unele activități participative în mediul online.

Tabelul 12: Frecvența cu care sunt practicate unele activități participative în mediul online

Activități participative în mediul online (%)	De câteva ori pe zi	O dată pe zi	De câteva ori pe săptămână	O dată pe săptămână	De câteva ori pe lună	O dată pe lună sau mai rar	Niciodată
Semnez petiții online	4%	2%	6%	4%	8%	24%	52%
Public un comentariu/ articol pe un site sau pe un blog	9%	6%	11%	6%	10%	18%	40%
Semnalez în rețelele sociale locul în care mă aflu (ex. Check in)	5%	4%	6%	5%	10%	29%	41%
Distribui poze, clipuri video postate de alții	12%	7%	15%	5%	14%	25%	22%
Public/ postez poze sau clipuri video	9%	9%	16%	8%	19%	27%	12%

Q13. Te rugăm să ne spui cât de des faci următoarele activități...

Tabelul arată că jumătate dintre tinerii respondenți nu semnează niciodată petiții online și 4 din 10 nu publică niciodată un comentariu sau articol online. Tot 4 din 10 tineri nu semnalează în rețelele sociale poziția în care se află, lucru dezirabil din perspectiva siguranței pe internet și a grijii pentru viața privată. Contribuția tinerilor la conținutul online se face mai degrabă sub formă foto și video, decât sub formă de comentarii, 9 din 10 publicând poze sau videoclipuri proprii în rețea.

În concluzie, putem spune că adolescenții au o viziune pragmatică asupra mediului online, pe care îl folosesc în principal ca instrument de comunicare și divertisment. Diferențele dintre tinerii din mediul urban și rural sunt minimale și nu denotă comportamente semnificativ diferite. Părinții din mediul rural par a aprecia mai mult rolul internetului în viața copiilor lor, așa cum reiese din răspunsurile copiilor.

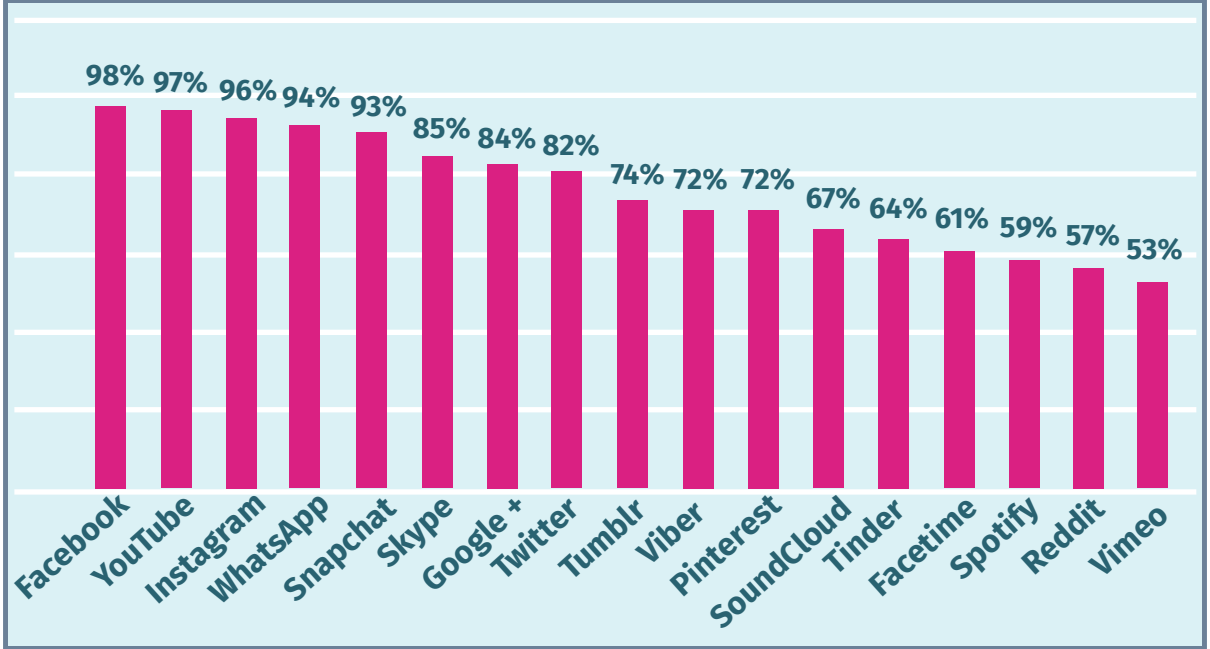
3.3 Rețelele de socializare online

Rețelele sociale online și, în general, platformele de media sociale, sunt spații participative, care permit crearea și publicarea de conținut online de către utilizatori. Mai mult, datorită calității lor de media convergente, aceste platforme permit desfășurarea mai multor tipuri de activități: de la activități productive - cum ar fi rezolvarea unor probleme în rețea, organizarea unor evenimente, participarea la acțiunile unui grup format pe interese comune sau chiar comercializarea unor produse – la activități de divertisment (rezolvarea unor teste sau vizionarea unor clipuri); de la informare (e.g. urmărirea postărilor unor media tradiționale), la comunicare (fie ea publică sau privată).

Datorită caracteristicilor de media convergente și participative, un interes deosebit a fost acordat în această cercetare utilizării de către tineri a platformelor media sau de socializare online.

În 2010, când la nivelul Europei se generalizase folosirea Facebook-ului, tinerii din România erau încă pe HI5 (Livingstone et al., 2011), în timp ce în 2013, când în culturile occidentale tinerii se împărțeau între Facebook, Twitter, Instagram și Snapchat (Mascheroni & Olafsson, 2014), tinerii din România care aveau un cont pe o platformă de socializare erau de găsit pe Facebook în proporție de 99%[4].

Figura 1: Platformele media sau sociale online cunoscute



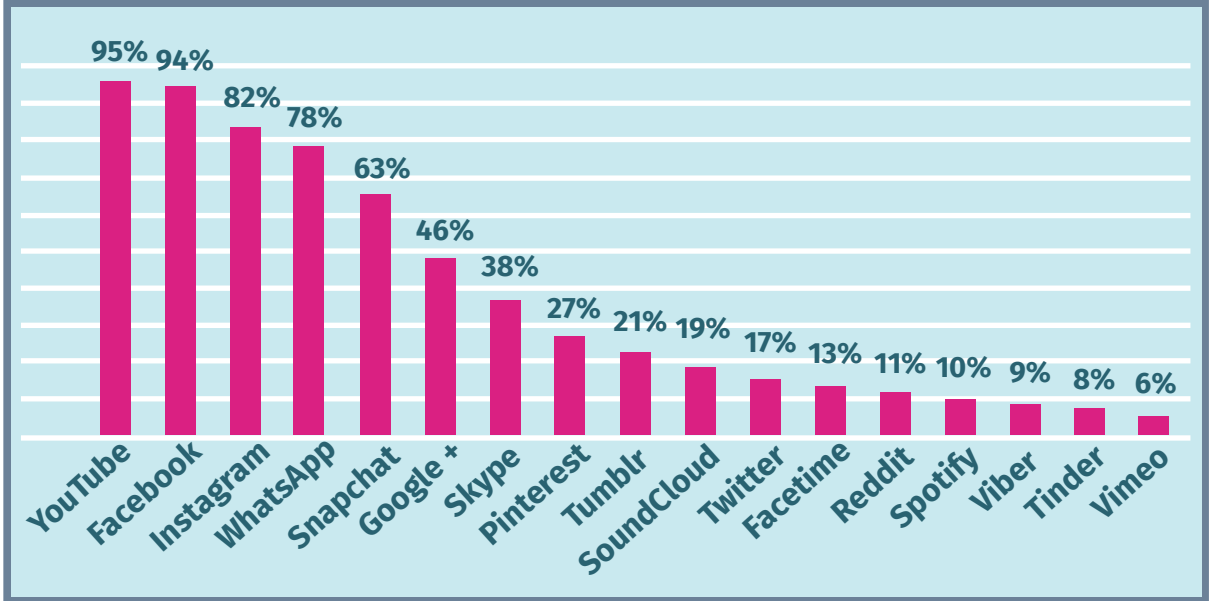
Q18a. Te rugăm să citești lista de mai jos și să ne spui care sunt rețelele sociale pe care le cunoști?

[4] Mascheroni, G. and Ólafsson, K. (2014). Net Children Go Mobile: risks and opportunities. Second Edition. Milano: Educatt

Figura 1 arată că, în 2018, tinerii din România cunosc, în general, majoritatea platformelor media sau sociale online, cel puțin la nivel declarativ. Mai mult de jumătate dintre ei au răspuns că au auzit de platformele listate în chestionar. Peste 90% dintre ei cunosc cinci astfel de platforme.

Cele mai cunoscute cinci platforme – Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp și Snapchat – sunt, de altfel, și cele mai folosite, așa cum arată Figura 2. Tinerii din România rămân fideli Facebook-ului, 94% declarând că folosesc această platformă, dar și-au diversificat dieta de media sociale, adoptând și Instagram, Whatsapp, Snapchat etc. Twitter rămâne o platformă puțin folosită în România, doar 17% dintre respondenți declarând că o folosesc.

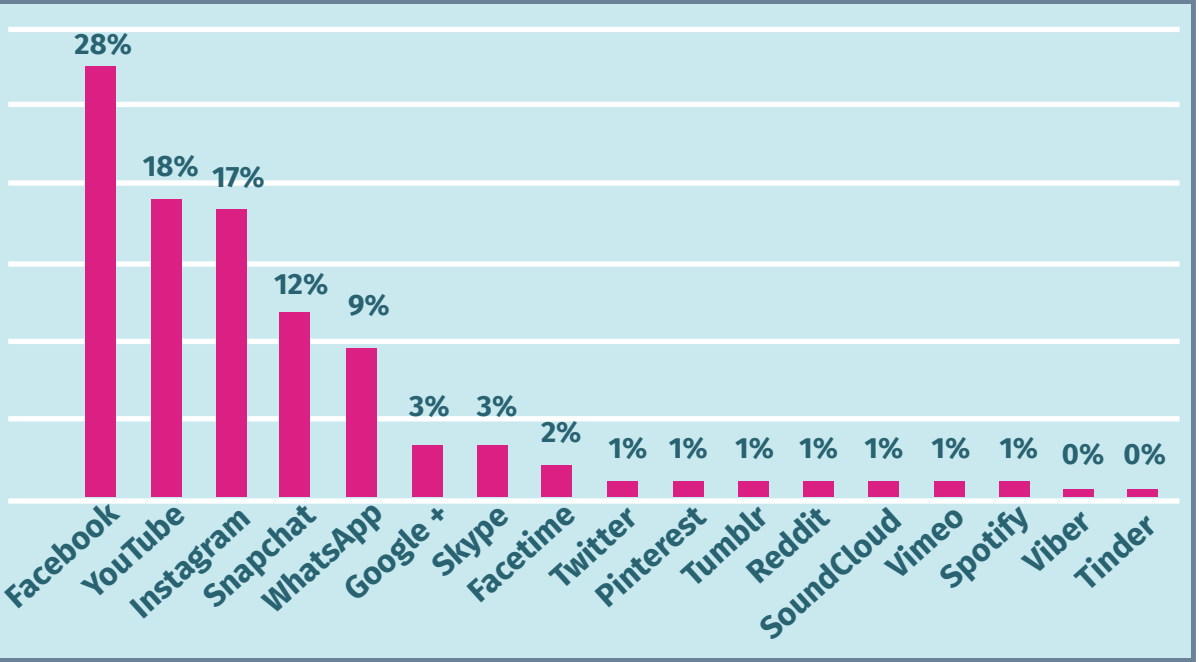
Figura 2: Platformele media și sociale online folosite



Q18b. Dintre platformele media sau sociale pe care le cunoști, pe care le folosești? (răspunsuri multiple)

"Supremația" Facebook în rândul tinerilor din România este confirmată și de Figura 3, care arată că aceasta este platforma de socializare cel mai des folosită de 28% dintre respondenți, urmată de Youtube, cu 18%, și Instagram, cu 17%.

Figura 3: Cea mai folosită platformă media sau de socializare online



Q18c. Pe care dintre acestea o folosești cel mai des?

- Conform datelor din Tabelul 13, cele mai mari variații în funcție de genul respondenților în preferințele pentru o anumită platformă media sau de socializare online apar la Instagram – preferată în mai mare măsură de fete (23%), decât de băieți (12%) - și la Youtube - preferată în mai mare măsură de băieți, 27%, față de 9% fete.
- Facebook și Google+ sunt platformele preferate de ceva mai mulți tineri din mediul rural, în timp ce Instagram și Youtube predomină în preferințele celor din urban.
- Instagram și Snapchat sunt mai apreciate de către cei mai tineri dintre respondenți (14-15 ani), în timp ce Facebook și Whatsapp sunt apreciate în mai mare măsură de cei mai în vârstă respondenți (18-19 ani).

Tabelul 13: Platforma media sau de socializare preferată în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Cea mai folosită platformă media sau de socializare	Facebook	Instagram	YouTube	WhatsApp	Snapchat	Google +	Skype
Masculin	29%	12%	27%	8%	10%	2%	4%
Feminin	26%	23%	9%	10%	14%	5%	2%
Rural	30%	16%	16%	8%	11%	5%	3%
Urban	25%	19%	20%	10%	14%	1%	3%
14-15 ani	25%	19%	18%	7%	14%	3%	2%
16-17 ani	26%	17%	19%	8%	15%	3%	3%
18-19 ani	32%	16%	17%	12%	7%	4%	3%
Total	28%	18%	18%	9%	12%	3%	3%

Q18c. Pe care dintre acestea o folosești cel mai des?

Așa cum am precizat mai sus, caracterul convergent al platformelor media și de socializare face posibilă folosirea lor pentru a atinge mai multe obiective.
Astfel, subiecții cercetării au fost întrebați care este activitatea principală pe care o fac atunci când intră pe o astfel de platformă.

Tabelul 14: Activitatea principală pentru care tinerii intră pe platforma media sau de socializare online preferată

Activitatea principală pentru care intră pe platforma sau reţeaua preferată	%
Să comunic cu prietenii	30%
Să mă uit la clipuri video (tutoriale, muzică etc.)	14%
Să urmăresc ce mai fac/spun prietenii mei	13%
Să mă informez	9%
Să ascult muzică	7%
Să mă uit la fotografiile altora	6%
Să țin legătura cu persoane pe care le văd rar	5%
Să intru pe grupurile de discuții din care fac parte	3%
Să comunic cu familia	3%
Să public fotografii	3%
Ca să îmi actualizez statusul	2%
Să cunosc persoane noi	2%
Să încarc clipuri video	2%
Să distribui postările altora	1%
Să mă uit la filme, seriale	0%
Să comentez la postările/comentariile altora	0%

Q19. De obicei, de ce intri pe această rețea socială?

Comunicarea cu prietenii este, conform datelor din Tabelul 14, activitatea cea mai frecventă (30%) pentru care tinerii intră pe platforma preferată, urmată de vizionarea de videoclipuri (14%) și de urmărirea a ce spun sau fac prietenii din rețea (13%).
Nouă procente dintre respondenți intră pe platforma preferată cu scopul specific de a se informa, 3% pentru a intra pe grupurile de discuții din care fac parte și tot 3% pentru a publica fotografii, iar 2% pentru a publica videoclipuri proprii.
Analiza motivelor pentru care tinerii intră pe Facebook (vezi Tabelul 15) a arătat că acestea nu sunt substanțial diferite, ca structură, de motivele listate pentru toate platformele în Tabelul 14.

Tabelul 15: Activitatea principală pentru care intră pe Facebook

Activitatea principală pentru care intră pe Facebook	%
Să comunic cu prietenii	48%
Să urmăresc ce mai fac/spun prietenii mei	14%
Să țin legătura cu persoane pe care le văd rar	9%
Să mă informez	7%
Să intru pe grupurile de discuții din care fac parte	6%
Să mă uit la clipuri video (tutoriale, muzică etc.)	5%
Să comunic cu familia	3%
Să cunosc persoane noi	2%
Să mă uit la fotografiile altora	2%
Să public fotografii	2%
Ca să îmi actualizez statusul	1%
Să comentez la postările/comentariile altora	0%
Să ascult muzică	1%

Q19. De obicei, de ce intri pe această rețea socială? Facebook

Tabelul 16: Activitatea principală pentru care intră pe Instagram

Activitatea principală pentru care intră pe Instagram	%
Ca să îmi actualizez statusul	4,2%
Să comunic cu prietenii	14,3%
Să comunic cu familia	1,2%
Să țin legătura cu persoane pe care le văd rar	3,0%
Să urmăresc ce mai fac/spun prietenii mei	33,9%
Să mă informez	3,6%
Să cunosc persoane noi	1,8%
Să mă uit la fotografiile altora	18,5%
Să public fotografii	9,5%
Să încarc clipuri video	0,5%
Să mă uit la clipuri video (tutoriale, muzică etc.)	9,5%
Total	100%

Q19. De obicei, de ce intri pe această rețea socială? Instagram

Astfel, comunicarea cu prietenii joacă în continuare cel mai important rol (48% o menționează ca activitate principală), dar scade ponderea urmăririi de videoclipuri. Facebook-ul se dovedește important și pentru a ține legătura cu persoanele cu care tinerii se întâlnesc mai rar (9%). Doar în 2% dintre cazuri, principalul motiv de utilizare a Facebook-ului este acela de a cunoaște persoane noi.

Aceste date confirmă studii din alte spații culturale, care vorbesc despre potențialul acestei rețele de a contribui la consolidarea capitalului social de tip intragroup[5] (adică cel care întărește legăturile pre-existente între oameni) și a capitalului social de tip menținere a legăturilor[6], dar mai puțin a celui de tip inter-grup[7] (cel prin care se transgresează grupul de apartenență, pentru a cunoaște noi oameni - Ellison et al., 2007).

Din păcate, aceste date arată că, deși platformele de socializare online sunt apreciate de multe ori pentru potențialul lor de a oferi o "voce" tinerilor, de a îi încuraja să se exprime și să participe activ la dezbateri (vezi strategia UE pentru tineret[8], care consideră competențele digitale și cele participative ca fiind vitale pentru a asigura o contribuție reală a tinerilor la funcționarea Uniunii), nicio astfel de activitate participativă, de implicare online nu se află printre motivele principale pentru care tinerii intră pe platforma de socializare favorită.

[5] La Ellison et al., 2007, "bonding social capital"
[6] La Ellison et al., 2007 , "maintaining social capital"
[7] La Ellison et al., 2007 , "bridging social capital"
[8] EU Youth strategy, 2019-2027, disponibilă la https://ec.europa.eu/youth/news/eu-youth-strategy-adopted_en, accesată la 1.06.2019

4. Competențe digitale

Deținerea de competențe media și digitale este un element-cheie care permite participarea (civică și nu numai) în lumea digitală. Importanța acestor competențe a făcut ca în studiile și politicile actuale de integrare digitală să se vorbească despre al doilea nivel al diviziunii digitale – care este legat de competențe, de ceea ce utilizatorul poate realiza cu ajutorul tehnologiei – spre deosebire de primul nivel, care ținea doar de accesul la tehnologie (Peter & Valkenburg, 2006).

Deși toată lumea este de acord cu importanța competențelor, există o dezbatere la nivelul cercetătorilor despre: 1. cum se definesc acestea (experții Uniunii Europene dezvoltând în ultimii ani un cadru comun de raportare la competențele digitale – DigComp[9] , vezi Carretero et al., 2017 – care să armonizeze diferitele teorii științifice și să servească decidenților politici); 2. dacă să se vorbească despre competențe (plural) sau despre competență (singular) digitală (Lankshear & Knobel, 2008) și 3. despre cum ar trebui acestea/aceasta să fie masurate/măsurată (Sonck et al., 2012).

O formulă de măsurare considerată satisfăcătoare, în ciuda unor neajunsuri (vezi Tokes & Velicu, 2015), este auto-raportarea deținerii unor competențe dintr-o listă de competențe considerate a fi relevante, împreună cu auto-percepția asupra nivelului de competențe deținut, fie privite în sine, fie prin raportare la nivelul de competențe deținut de alți oameni la care respondentul se poate raporta (e.g. părinții, tinerii de aceeași vârstă, colegii). Această combinație, care a fost validată în proiecte ca EU Kids Online sau Net Children Go Mobile, a fost folosită și în prezenta cercetare.

[9] https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-21-digital-competence-framework-citizens-eight-proficiency-levels-and-examples-use

Tabelul 17: Auto-percepția asupra nivelului de competențe digitale, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Te pricepi la folosirea internetului...	... mai bine decât colegii tai	... la fel de bine	... mai puțin decât colegii de aceeași vârstă
Masculin	32%	62%	6%
Feminin	16%	78%	6%
Rural	21%	72%	7%
Urban	29%	67%	4%
14-15 ani	22%	72%	6%
16-17 ani	25%	70%	5%
18-19 ani	27%	67%	6%
Total	24%	70%	6%

Q27 Comparativ cu colegii sau prietenii tăi de aceeași vârstă, ai spune despre tine că te pricepi la folosirea internetului...

Tabelul 17 arată că, la nivelul întregului eșantion, 7 din 10 tineri consideră că se pricep la fel de bine ca cei din jurul lor (de aceeași vârstă cu ei) să folosească internetul, în timp ce un sfert consideră că sunt mai competenți decât ceilalți, iar 6% că sunt mai puțin competenți. Răspunsurile la această întrebare pot fi un indicator al nivelului de competențe avut (presupunând că respondenții pot să se raporteze "obiectiv" la acestea), dar ele vorbesc, de asemenea, despre încrederea respondenților în competențele avute, încredere care este, ca parte a atitudinii față de tehnologie, un element în cadrul DigComp[10] .

Astfel, dincolo de a ști să faci realmente anumite operațiuni, încrederea că poți să le faci îți modifică practicile de utilizare, lucru cel mai des relevat de studiile care vorbesc despre diviziunea competențelor la nivel generațional (e.g. analiza competențelor digitale ale copiilor față de părinți sau ale profesorilor față de elevi) sau la diferențele de gen în ceea ce privește competențele digitale.

[10] The Digital Competence Framework 2.0, https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework

Datele cercetării noastre au confirmat această tendință, arătând că:

- Procentul băieților care afirmă că se pricep mai bine decât prietenii sau colegii de aceeași vârstă să folosească internetul este dublu față de procentul fetelor care fac aceeași afirmație (32%, față de 16%), fetele fiind în mai mare măsură decât băieții înclinate să creadă că se pricep "la fel de bine".

- Tinerii din mediul urban sunt mai încrezători în competențele digitale avute, 29% dintre ei considerând că se pricep mai bine la folosirea internetului decât prietenii sau colegii de aceeași vârstă (față de 21% în mediul rural).

- Odată cu vârsta, crește ușor și încrederea tinerilor în competențele avute, cei de 18-19 ani fiind mai înclinați să considere că se pricep mai bine decât colegii de aceeași vârstă, în defavoarea percepției că ar fi la același nivel de competențe.

Tabelul 18: Deținerea diferitelor competențe digitale specifice; rezultate generale

Deținerea de competențe digitale	Da	Nu	Nu am încercat
Să schimbi setările de confidențialitate pe rețelele sociale online	86%	6%	8%
Să blochezi oameni care nu îți plac/ te deranjează pe rețelele sociale online	94%	4%	2%
Să blochezi reclame/spam pe care nu dorești să le vezi pe site-urile pe care le urmărești	82%	8%	10%
Să creezi un blog/vlog	39%	15%	46%
Să editezi un video	58%	13%	28%
Să publici un video pe Youtube	59%	9%	32%
Să descarci aplicații pe telefonul mobil	96%	3%	1%

Q28 Știi să faci următoarele lucruri pe internet?

În ceea ce privește variația competențelor privind siguranța pe internet în cadrul diferitelor grupuri analizate, Tabelul 19 arată că:

- În ceea ce privește unele operațiuni (e.g. setările de confidențialitate pe media sociale, să blocheze pe cei care deranjează), fetele par să fie ceva mai competente decât băieții. Diferența procentuală este mică, dar ea poate fi discutată din perspectiva genului, în construct social.
- Tinerii din mediul urban se declară, sub unele aspecte, mai competenți decât cei din mediul rural (din nou, diferența procentuală este mică);
- Dacă blocarea unor contacte pe platformele de media sociale nu variază prea mult cu vârsta în eșantionul nostru, alte competențe legate de siguranța pe internet par a fi dobândite în perioada adolescenței.

Tabelul 19: Deținerea de competențe de utilizare în siguranță a internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Cei care afirmă că știu ...	Să schimbe setările de confidențialitate pe rețelele sociale online	Să blocheze oameni care nu le plac/îi deranjează pe rețelele sociale online	Să blocheze reclame/spam pe care nu doresc să le vadă
Masculin	85%	92%	84%
Feminin	87%	96%	81%
Rural	84%	94%	81%
Urban	88%	94%	84%
14-15 ani	81%	93%	77%
16-17 ani	87%	94%	84%
18-19 ani	90%	95%	86%
Total	86%	94%	83%

Q28 Știi să faci următoarele lucruri pe internet?

Spre deosebire de competențele care țin de siguranța pe internet, tinerii intervievați declară că dețin în mai mică măsură competențe creative, iar acestea variază mult mai mult în cadrul grupului studiat. Tabelul 20 arată că publicarea unui videoclip pe Youtube este cea mai răspândită competență creativă dintre cele testate, urmată de editarea unui video și crearea unui blog/vlog.

- Cele mai mari variații în funcție de gen apar atunci când este vorba despre publicarea unui videoclip, 70% dintre băieți spunând că știu să facă acest lucru, față de doar 46% dintre fete;

- În funcție de mediul de rezidență, diferențele sunt mai mici, dar se mențin. Aceeași diferență apare la publicarea unui videoclip și la crearea unui vlog sau blog (cu 9% mai mulți tineri din mediul urban spunând că știu să facă aceste lucruri).

Tabelul 20: Deținerea de competențe digitale creative, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Cei care afirmă că știu ...	Să creeze un blog/vlog	Să editeze un video	Să publice un video pe Youtube
Masculin	46%	61%	70%
Feminin	33%	55%	46%
Rural	35%	56%	54%
Urban	44%	61%	63%
14-15 ani	41%	56%	57%
16-17 ani	40%	59%	58%
18-19 ani	38%	60%	60%
Total	39%	58%	59%

Q28 Știi să faci următoarele lucruri pe internet?

5. Informarea tinerilor

Una dintre preocupările principale ale acestei cercetări a fost să înțelegem relația tinerilor cu informația.

- Cât de informați sunt tinerii de 14-19 ani?
- Ce înseamnă pentru ei că sunt informați sau în ce domenii se consideră a fi așa?
- De unde își iau informația?
- Dacă și cum evaluează informația și cum decid să aibă încredere în ea?

Acestea sunt întrebările la care cercetarea a căutat răspunsuri, considerându-le de actualitate în contextul dezbaterilor publice despre răspândirea știrilor false și impactul pe care acestea îl au în comportamentul civic și politic electoral din unele spații culturale.

În prima parte a acestui capitol vom discuta despre ce înțeleg tinerii prin "informare", apoi vom aborda nivelul de informare al acestora în diverse domenii, după care vom analiza practicile de informare și relația lor cu diferite media în vederea informării, pentru ca, la final, să ne aplecăm asupra strategiilor de evaluare a informației și de creditare a acesteia.

5.1 Ce înseamnă pentru tine «să fii informat»?

Am folosit o întrebare deschisă pentru a identifica sensul pe care îl dau tinerii conceptului de "a fi informat". Am dorit să stabilim astfel o definiție de lucru a "informației" și a informării, așa cum este ea percepută de adolescenți.

Figura 4 arată o imagine de ansamblu a răspunsurilor primite. Cele mai multe dintre ele echivalează "informația" cu cunoașterea, cu "a ști despre lume", cu "a avea cunoștințe generale". Pentru a reda însă autenticitatea răspunsurilor și a păstra vii vocile tinerilor, mai relevantă ni s-a părut o analiză calitativă a acestora, cu ilustrarea prin citarea exactă, ne-editată a răspunsurilor. Vom analiza în continuare câteva răspunsuri, folosind analiză tematică de tip calitativ.

Figura 4: Analiza cloud a răspunsurilor deschise primite la întrebarea Q14. “Ce înseamnă pentru tine să fii informat?”

Răspunsurile primite au variat ca lungime (de la 80 de cuvinte sau mai mult, la un simplu “da” sau chiar un emoticon), ca *seriozitate* (de la texte care oferă explicații și argumente pentru susținerea acestora, la serii de litere sau cifre fără sens), dar și ca *alegere a elementelor esențiale care să definească ideea “de a fi informat”*.
Astfel, “a fi informat” a fost definit de unii dintre respondenți din perspectivă cantitativă ca fiind: “Să știi cât de mult” sau chiar “Să știi tot”.

Cei care introduc criterii calitative vorbesc fie despre **relevanța** pe care informația o are pentru respondent într-o anumită situație de comunicare (vezi Citat 14.1 și Citat 14.2), fie despre **calitatea** informației (Citat 14.4, Citat 14.5 sau Citat 14.7).

Nu de puține ori "a fi informat" este definit în termeni valorici – este un lucru "important" sau "vital" (vezi Citat 14.3), este echivalentul "adevărului" și al "puterii" (Citat 14.10) sau este doar ceva "interesant" (vezi Citat 14.6).

"A fi informat" are valoare instrumentală, ajutând, la modul general, să înțelegi lumea în care trăiești (Citat 14.8 sau Citat 14.14) sau, în situații mai specifice, fiind de folos pentru a rezolva teme (Citat 14.17) sau a participa la conversații (Citat 14.2). Uneori, această valoare instrumentală este creditată într-un viitor mai mult sau mai puțin îndepărtat, dar nu mai puțin sigur (Citat 14.11).

Totuși, de multe ori, "a fi informat" este echivalat cu "a avea cultură generală", scoțând astfel conceptul din sfera utilitarului și considerându-l la un nivel general (Citat 14.18).

Dacă multe definiții folosesc termeni valorici și normativi (vezi Citat 14.16, care pune problema în termenii de "drept fundamental uman"), unii respondenți definesc "a fi informat" în termeni procesuali. Și de această dată apar variații, uneori acest proces fiind văzut ca unul natural, de imersiune în media (în speță internetul, vezi Citatul 14.7), alteori considerându-se că este necesară o anumită "trudă" pentru a ajunge la statutul de "informat" (Citat 14.12).

Multe răspunsuri indică un anumit grad de educație media a respondentului, existând elemente critice generale în evaluarea informației, prin evaluarea surselor (Citat 14.4) sau cunoașterea unor termeni de specialitate (cum ar fi "manipulare" în Citat 14.14) – sau înțelegerea critică a diferențelor dintre diferite media (vezi în Citat 14.15 cum internetul este văzut ca necesitând un grad mai mare de alertă în evaluarea informației).

Au existat însă și răspunsuri care au arătat că "a fi informat" nu înseamnă "nimic" pentru respondentul respectiv.

Citat 14.1: "Pentru mine înseamnă să fiu informat atunci când am tot necesarul de informații pentru a realiza ce mi-am propus." (băiat, 14 ani, urban)

Citat 14.2: "Pentru mine să fii informat înseamnă să ai o serie de cunoștințe pe o anumită temă sau subiect și să poți purta o conversație pe baza acelor cunoștințe." (fată, 16 ani, urban)

Citat 14.3: "În opinia mea, să fiu informat este un lucru foarte important, poate chiar vital, în zilele noastre. Internet-ul devine o necesitate pentru elevi și studenți atât din punct de vedere educațional, cât și din punct de vedere social. Internet-ul este un mod mult mai ușor de a căuta informații ajungând să înlocuiască dicționare, hărți, albume, cărți și alte obiecte esențiale în viața omului. Consider că, avantajul acesta de a avea orice informație mult mai la îndemână."

Citat 14.4: "Consider că în ziua de azi nu e atât de important să deții informația, cât de unde să faci rost de ea. Trebuie să știi să distingi sursele calitative de cele vagi și să fii pregătit pentru cercetări mai amănunțite în domeniu / compararea surselor pentru a înlătura eventualele neclarități." (fată, 17 ani, urban)

Citat 14.5: "Să știu cât mai multe lucruri despre un subiect anume și să am surse sigure de unde să mă pot informa în continuare." (fată, 16 ani, urban)

Citat 14.6: "Ceva interesant." (băiat, 17 ani, rural)

Citat 14.7 "Să am acces necondiționat privind toate domeniile care mă interesează, să ascult mai multe păreri pentru a-mi forma o opinie corectă. Am observat însă că după sfârșitul unei zile în care sunt conectat la internet, știu cam ce se întâmplă în toate domeniile, fie că este vorba de politică internă, de informații externe, fără să fi vrut neapărat să culeg informații." (băiat, 14 ani, urban)

Citat 14.8: "Să fiu la curent cu ceea ce se întâmplă în jurul meu și să pot înțelege mai bine deciziile pe care anumite persoane le iau și care pe mine mă influențează în mod direct sau indirect." (fată, 15 ani, urban)

Citat 14.9: "Să fii informat înseamnă să ai habar despre anumite detalii semnificative, despre anumite subiecte de interes." (fată, 18 ani, urban)

Citat 14.10: "A fi informat - a cunoaște adevărul. Până la urmă, cunoașterea înseamnă putere." (fată, 18 ani, urban)

Citat 14.11 : "În zilele noastre este necesar să fii informat despre majoritatea lucrurilor deoarece cândva vom avea nevoie de aceste informații." (băiat, 18 ani, urban)

Citat 14.12: "O persoană informată este aceea care a primit informații sau a căutat informații, prin cercetare, documentare amănunțită." (băiat, 18 ani, urban)

Citat 14.13: "A fi informat pentru mine înseamnă să știu ceea ce se petrece în jurul meu,

de exemplu știrile importante." (fată, 14 ani, rural)

Citat 14.14: "A fi bine informat înseamnă a ști pe ce lume trăiești. Fiindcă astăzi, mai mult ca oricând, putem deveni, la orice pas, victimele manipulatorilor." (fată, 14 ani, rural)

Citat 14.15: "În opinia mea este foarte important să fim informați despre ceea ce se întâmplă în jurul nostru, totuși este de asemenea important să verificăm dacă informațiile primite, mai ales cele provenite din mediul online, sunt adevărate și să nu credem tot ceea ce auzim sau citim." (fată, 19 ani, urban)

Citat 14.16: "Consider că a fi informat înseamnă să știu întregul adevăr, nedistorsionat despre orice fel de problemă. Informarea este un drept fundamental în societate deoarece, cu ajutorul ei se asigură funcționalitate. Sănătatea morală este una dintre cele mai importante caracteristici ale unui individ, și doar printr-o informare corectă și concretă poate să fie atinsă." (băiat, 19 ani, rural)

Citat 14.17: "să fiu informat înseamnă săștiu informații despre anumite lucruri. Dacă nu știu să rezolv temele mă informez de pe internet." (fată, 14 ani, urban)

Citat 14.18: "Să știi adevărul referitor la lucrurile care se întâmplă în jurul tău în prezent, dar și care s-au întâmplat în trecut; să cunoști cât mai multe. Să deții informații din toate domeniile. Să ai o cultură generală vastă." (fată, 16 ani, urban)

5.2 Nivelul de informare al tinerilor

La fel ca în cazul măsurării competențelor digitale, am considerat că ar fi mai util ca măsurarea nivelului de informare să se facă prin raportarea la cei de aceeași vârstă cu respondenții și nu în abstract. De asemenea, nu am luat în considerare gradul de informare la nivel general, ci l-am declinat pe diverse domenii, întrebându-i pentru fiecare domeniu în parte cât de informați se consideră. Astfel, Tabelul 21 arată că, raportat la prietenii sau colegii de aceeași vârstă, majoritatea tinerilor se consideră la fel de bine informați pe subiecte de interes pentru adolescenți (58%) și pe subiecte legate de lumea mondenă (41%). Raportat la același referențial, cei mai mulți se consideră mai puțin informați în ceea ce privește subiectele din sport (42%), subiecte de politică internă (40%) și de politică externă (36%).

Interesant este că în 20% dintre cazuri - referitor la subiectele de politică internă - și în 30% dintre cazuri - referitor la subiectele de politică externă - tinerii respondenți nu știu să își aprecieze gradul de informare prin raportare la colegii de aceeași vârstă.

Tabelul 21: Nivelul de informare al tinerilor pe diferite subiecte

Nivelul de informare pe anumite subiecte (%)	Mai bine informat	La fel de informat	Mai puțin informat	Nu ştiu
... subiecte de interes pentru adolescenți	24,3%	58,0%	11,5%	6,2%
... subiecte de politică din țară	17,0%	22,6%	40,0%	20,4%
... subiecte de politică din străinătate	12,9%	20,7%	36,2%	30,2%
... subiecte legate de lumea mondenă	18,6%	41,1%	28,7%	11,6%
... subiecte din sport	24,5%	21,2%	42,1%	12,2%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

- Fetele, în mai mare măsură decât băieții, se consideră informate pe subiecte de interes pentru adolescenți, 59% considerându-se la fel de bine informate (față de 57% băieții) și 27% considerându-se mai bine informate (față de 22% băieții).
- Cei din mediul rural par să se considere mai aliniați la nivelul de informare pe subiecte de interes pentru adolescenți cu tinerii de aceeași vârstă cu ei, 60% considerând că sunt la fel de bine informați, față de 55% în urban.
- Odată cu vârsta, crește procentul celor care se consideră mai bine informați, în defavoarea celor care se consideră mai puțin informați.

Tabelul 22: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de interes pentru adolescenți, în funcție de gen, mediu de rezidență, vârstă

Nivelul de informare pe subiecte de interes pentru adolescenți	Mai bine	La fel de	Mai puțin	Nu ştiu
Masculin	22%	57%	15%	6%
Feminin	27%	59%	7%	7%
Rural	23%	60%	9%	8%
Urban	26%	55%	14%	5%
14-15 ani	23%	55%	14%	8%
16-17 ani	21%	62%	11%	6%
18-19 ani	29%	57%	9%	5%
Total	24%	58%	11%	7%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

Tinerii se consideră cel mai puțin informați pe subiecte de politică internă și externă. Tabelul 22 și Tabelul 23 detaliază aceste rezultate în funcție de genul, vârsta și mediul de rezidență al tinerilor.

Tabelul 23: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de politică internă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Nivelul de informare pe subiecte de politică din țară	Mai bine informat	La fel de informat	Mai puțin informat	Nu ştiu
Masculin	19%	25%	38%	18%
Feminin	15%	20%	42%	23%
Rural	14%	20%	43%	23%
Urban	20%	26%	37%	17%
14-15 ani	14%	22%	40%	24%
16-17 ani	17%	22%	40%	21%
18-19 ani	20%	24%	40%	16%
Total	17%	23%	40%	20%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

- Băieții și tinerii din mediul urban, în mai mare măsură decât fetele și tinerii din mediul rural, se consideră mai bine sau la fel de bine informați pe subiecte de politică internă și externă, în timp ce fetele și tinerii din mediul rural, în mai mare măsură decât băieții și cei din urban, se consideră mai puțin informați sau nu știu să răspundă la aceste întrebări.

- În ceea ce privește cunoașterea subiectelor de politică internă, odată cu creșterea în vârstă, mai mulți tineri se consideră mai bine informați sau la fel de bine informați, scăzând în același timp procentul celor care nu știu să răspundă la întrebare. Această dinamică poate fi pusă în legătură cu iminenta intrare în rândul celor cu drept de vot a tinerilor din grupul celor de 18-19 ani, care atrage după sine creșterea interesului pentru subiectele de politică internă. Totuși, pentru toate grupele de vârstă, un procent de 40% se consideră mai puțin informați despre acest

subiect prin raportare la tinerii de aceeași vârstă. Această lipsă de încredere în nivelul lor de informare poate avea o bază obiectivă, ei realmente fiind neinformați, sau subiectivă, creditându-i pe cei din jur de aceeași vârstă, uneori în mod fals, cu un nivel mai ridicat de informare decât cel deținut de ei.

Tabelul 24: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de politică externă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Nivelul de informare pe subiecte de politică din străinătate	Mai bine informat	La fel de informat	Mai puțin informat	Nu ştiu
Masculin	15%	23%	33%	29%
Feminin	10%	18%	40%	32%
Rural	11%	17%	39%	33%
Urban	15%	25%	33%	27%
14-15 ani	12%	21%	34%	33%
16-17 ani	12%	21%	36%	31%
18-19 ani	14%	21%	38%	27%
Total	13%	21%	36%	30%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

- Referitor la subiectele de politică externă, procentul celor care se consideră la fel de bine informați rămâne constant cu vârsta, dar crește puțin procentul celor care se consideră mai puțin informați (neînsemnând neapărat că a scăzut nivelul de informare, ci, posibil, exigențele după care își evaluează propriul nivel de informare).

Tabelul 25 : Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte legate de lumea mondenă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Nivelul de informare pe subiecte legate de lumea mondenă	Mai bine informat	La fel de informat	Mai puțin informat	Nu ştiu
Masculin	18%	40%	30%	12%
Feminin	19%	42%	28%	11%
Rural	17%	42%	28%	13%
Urban	20%	40%	29%	11%
14-15 ani	18%	43%	26%	13%
16-17 ani	17%	39%	33%	11%
18-19 ani	21%	41%	27%	11%
Total	19%	41%	29%	11%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

- În ceea ce privește subiectele legate de lumea mondenă, așa cum arată Tabelul 25, variațiile în cadrul grupurilor analizate sunt minore și nu prezintă tendințe definitive.
- Conform datelor din Tabelul 26, sportul este un domeniu în care băieții se consideră în mai mare măsură decât fetele mai bine informați (37% față de 12%) sau la fel de bine informați (25% față de 18%), în timp ce mai multe fete se consideră mai puțin informate (54% față de 31%) sau nu știu să răspundă la întrebare (16% față de 7%).
- În funcție de mediul de rezidență, variațiile răspunsurilor sunt mici sau neconcludente.

Tabelul 26: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte din sport, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Nivelul de informare pe subiecte din sport	Mai bine informat	La fel de informat	Mai puțin informat	Nu ştiu
Masculin	37%	25%	31%	7%
Feminin	12%	18%	54%	17%
Rural	24%	21%	43%	13%
Urban	26%	22%	41%	11%
14-15 ani	25%	23%	40%	13%
16-17 ani	24%	19%	43%	14%
18-19 ani	25%	22%	43%	10%
Total	25%	21%	42%	12%

Q15: Comparativ cu prietenii sau colegii de aceeași vârstă, ai spune despre tine că ești mai informat sau mai puțin informat decât ei pe următoarele subiecte:

5.3 Practici de informare

Pentru a înțelege practicile de informare ale tinerilor, au fost cercetate următoarele aspecte:

1. Domeniile în care tinerii au căutat informații în ultima lună;
2. Tipurile de media pe care tinerii le consultă în vederea informării și frecvența acestei practici de informare;
3. Raportarea la comunicarea interpersonală ca practică de informare.

5.3.1 Domenii de interes

Tabelul 27: Domeniile în care tinerii au căutat informații în ultima lună, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Informații căutate în ultima lună	...pentru școală sau pentru munca pe care o faci	...despre vedete	...despre un subiect de politică internă despre care ai auzit recent	...despre un subiect de politică externă despre care ai auzit recent	...despre chestiuni sociale (sărăcie, discriminare, probleme ecologice etc.)	...despre chestiuni sociale (sărăcie, discriminare, probleme ecologice etc.)	...despre schimbarea legilor care te afectează în mod direct
Masculin	76%	29%	26%	21%	62%	26%	31%
Feminin	83%	37%	17%	14%	65%	25%	27%
Rural	79%	31%	19%	15%	60%	21%	25%
Urban	79%	36%	25%	21%	68%	30%	35%
14-15 ani	79%	38%	17%	12%	64%	22%	25%
16-17 ani	78%	33%	25%	23%	63%	27%	29%
18-19 ani	81%	28%	23%	18%	64%	27%	33%
Total	**79%**	**33%**	**22%**	**18%**	**64%**	**25%**	**29%**

Q29. Gândindu-te la ultima lună, ți s-a întâmplat să cauți pe internet informații despre următoarele subiecte? (răspunsuri multiple)

Conform datelor din Tabelul 27, cei mai mulți tineri au căutat online în ultima lună informații relevante în mod direct pentru ei, însemnând informații pentru școală sau pentru munca pe care o fac (aproape opt din zece); pe locul doi, cu 64%, sunt cei care au căutat informații despre filme sau muzică lansate recent, în timp ce 33% au căutat informații despre vedete. Informații implicând aspecte civice sau sociale au fost căutate de mai puțin de 3 din 10 respondenți. Astfel, 29% au căutat informații despre schimbări legislative care îi pot afecta în mod direct (cum ar fi Legea Educației sau schimbarea taxelor), 25% au căutat informații despre chestiuni sociale (de tipul sărăcie, discriminare sau probleme ecologice), 22% au căutat informații despre subiecte actuale ținând de politica internă și, pe ultimul loc, cu 18%, sunt cei care au căutat informații despre politica externă.

- Variația răspunsurilor în funcție de gen ne arată că fetele, în mai mare măsură decât băieții, sunt implicate în căutarea informațiilor de interes personal (școală sau muncă) și a informațiilor mondene (cele legate de vedete, cu 37% față de 29%). Băieții par a fi mai interesați de aspecte civice (subiecte de agendă politică internă –26% față de 17% , sau externă – 21%, față de 14%, sau despre schimbările legislative).

- Atât fetele, cât și băieții s-au informat relativ în aceeași măsură despre subiecte sociale (în jur de unul din patru) și despre filme sau muzică recent lansate.
- Exceptând informația pentru școală sau muncă, tinerii din mediul urban s-au informat în mai mare măsură decât cei din mediul rural în toate celelalte domenii. Cea mai mare diferență este vizibilă la informarea despre schimbarea legilor care îi afectează în mod direct (10% diferență între rural și urban).

- Asistăm la creșterea interesului pentru subiecte civice și sociale pe măsură ce înaintează în vârstă, concomitent cu descreșterea interesului pentru informațiile mondene. Căutarea informației de interes personal (atât profesional, cât și cea care joacă un rol în consumul cultural și în viața privată, cum sunt informațiile despre muzică și filme lansate recent) rămâne constantă.

Deși, așa cum a arătat Tabelul 27, tinerii caută o multitudine de informații pe internet, Tabelul 28 arată procentul celor care nu au căutat în ultima lună niciunul dintre tipurile de informații enumerate în întrebare, procent care este relativ mic (5%); mai mulți băieți decât fete fiind de găsit în acest grup.

Tabelul 28: Distribuția în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă a celor care nu au căutat nicio informație online în ultima lună

	Nu au căutat niciun tip de informație online în ultima lună
Masculin	6%
Feminin	3%
Rural	6%
Urban	4%
14-15 ani	6%
16-17 ani	4%
18-19 ani	4%
Total	5%

Q29. Gândindu-te la ultima lună, ți s-a întâmplat să cauți pe internet informații despre următoarele subiecte?

5.3.2 Media folosite în vederea informării

Tabelul 29 arată că platformele de socializare online reprezintă pentru tinerii de 14-19 ani locul de unde își caută informația în mod intenționat. Acestea sunt urmate, cam în aceeași măsură, de diverse website-uri și de televizor. Cele mai puțin frecventate tipuri de media sunt, la această vârstă, radioul și presa scrisă

Tabelul 29: Frecvența consultării diferitelor media în vederea informării

Tipuri de media consultate în vederea informării (%)	De câteva ori pe zi	O dată pe zi	O dată la 2-3 zile	O dată la 4-6 zile	O dată pe săptămână sau mai rar	Niciodată
... mă uit la televizor	28%	24%	11%	7%	18%	12%
... ascult radioul	6%	10%	9%	7%	24%	44%
... citesc presa scrisă	6%	8%	8%	6%	24%	48%
... intru pe diverse website-uri	31%	20%	17%	9%	13%	10%
... intru pe rețelele sociale (FB, YouTube, Instagram)	82%	9%	3%	2%	2%	2%

Q16. Cât de des faci următoarele activități cu scopul specific de a te informa (adică de a afla lucruri noi față de ce știai înainte)?

- Tabelul 30 arată că, cu excepția site-urilor web, procentul fetelor este ușor mai mare decât al băieților în consultarea tuturor celorlalte tipuri de media.
- Tinerii din mediul rural privilegiază în mai mare măsură televizorul și platformele de socializare online ca medii de informare, spre deosebire de cei din urban.
- Odată cu vârsta, se constată o creștere a interesului pentru radio, presă scrisă și website-uri ca locuri de unde tinerii se informează.

Tabelul 30: Tipurile de media consultate zilnic în vederea informării, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Activități făcute zilnic cu scopul de a se informa	... mă uit la TV	... ascult radioul	... citesc presa scrisă	... intru pe diverse website-uri	... intru pe rețelele sociale (FB, YouTube, Instagram)
Masculin	50%	15%	12%	56%	89%
Feminin	54%	18%	15%	45%	94%
Rural	59%	19%	14%	49%	94%
Urban	44%	14%	13%	53%	89%
14-15 ani	56%	15%	10%	48%	91%
16-17 ani	48%	14%	14%	49%	92%
18-19 ani	52%	20%	16%	55%	91%
Total	52%	17%	14%	51%	91%

Q16. Cât de des faci următoarele activități cu scopul specific de a te informa (adică de a afla lucruri noi față de ce știai înainte)?

În ceea ce îi privește pe cei care nu consultă niciodată un anumit tip de media în vederea informării, Tabelul 31 arată variațiile în cadrul grupurilor studiate. Astfel:

- Băieții, în mai mare măsură decât fetele, sunt înclinați să nu se uite niciodată la televizor ca să se informeze, să nu asculte radioul sau să nu citească presa scrisă.
- Mai mulți tineri din mediul urban decât cei din mediul rural afirmă că nu se uită niciodată la televizor sau că nu citesc niciodată presa scrisă.
- Odată cu vârsta, crește ușor procentul celor care nu se uită niciodată la televizor pentru informare, iar procentul celor care spun că nu ascultă niciodată radioul sau nu citesc presa scrisă scade.

Tabelul 31: Distribuția în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă a celor care nu consultă niciodată diferite tipuri de media în vederea informării

Activități pe care nu le fac niciodată în vederea informării	... mă uit la TV	... ascult radioul	... citesc presa scrisă	... intru pe diverse website-uri	... intru pe rețelele sociale (FB, YouTube, Instagram)
Masculin	15%	48%	54%	9%	2%
Feminin	7%	39%	41%	12%	1%
Rural	7%	43%	46%	11%	1%
Urban	15%	44%	50%	9%	2%
14-15 ani	9%	49%	57%	11%	3%
16-17 ani	11%	44%	46%	11%	1%
18-19 ani	13%	38%	42%	9%	1%
Total	11%	44%	48%	10%	2%

Q16. Cât de des faci următoarele activități cu scopul specific de a te informa (adică de a afla lucruri noi față de ce știai înainte)?

Tabelul 32: Numărul de tipuri de media consultate zilnic în vederea informării, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Numărul de tipuri diferite de media accesate zilnic în vederea informării	Niciun tip de media	Un tip de media	2 tipuri de media	3 tipuri de media	4 tipuri de media	5 tipuri de media
Masculin	5%	19%	40%	22%	11%	3%
Feminin	3%	24%	36%	24%	6%	7%
Rural	3%	19%	40%	22%	10%	6%
Urban	6%	24%	36%	24%	7%	3%
14-15 ani	3%	23%	39%	24%	6%	5%
16-17 ani	4%	24%	36%	24%	9%	3%
18-19 ani	5%	18%	38%	21%	11%	7%
Total	4%	21%	38%	23%	9%	5%

Q16. Cât de des faci următoarele activități cu scopul specific de a te informa (adică de a afla lucruri noi față de ce știai înainte)?

Tabelul 32 arată că cei mai mulți dintre tinerii respondenți consultă zilnic în vederea informării mai mult de un tip de media, cu 38% accesând zilnic două tipuri, 23% trei tipuri și 9% patru tipuri. La extreme, 4% nu accesează niciun tip de media zilnic și 5% accesează mai mult de cinci tipuri de media zilnic în vederea informării.

Tabelul 33: Informarea în urma comunicării interpersonale, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Informarea în comunicarea interpersonală (%)	Prin discuţii cu profesorii	Prin discuţii cu prietenii	Prin discuții cu membrii familiei
Masculin	79%	88%	86%
Feminin	83%	90%	88%
Rural	81%	89%	87%
Urban	80%	89%	86%
14-15 ani	81%	86%	86%
16-17 ani	79%	90%	88%
18-19 ani	82%	91%	86%
Total	81%	89%	87%

Q17. Consideri că te informezi (afli lucruri noi, pe care nu le știai înainte) din următoarele situații?

Deși mediul în care trăiesc tinerii este unul esențialmente mediatic, marea majoritate sunt de acord că se informează și în situații de comunicare interpersonală. Astfel, conform datelor din Tabelul 33, cel mai mic procent (81%) este al celor care consideră că se informează prin discuții cu profesorii, în timp ce 87% consideră că se informează prin discuții cu membrii familiei și 89% prin discuții cu prietenii (confirmând astfel teoriile care vorbesc despre importanța grupului de prieteni în perioada adolescenței). Variațiile în răspunsuri în cadrul celor trei categorii analizate în raport au fost minime.

- Cu 4% mai multe fete decât băieți spun că se informează în urma discuțiilor cu profesorii;
- Cu vârsta, crește importanța grupului de prieteni.

5.4 Competențe informaționale

Evenimente recente (cum ar fi alegerile din Statele Unite din 2016 sau votul dat pentru Brexit și rolul jucat de Cambridge Analytica în aceste campanii politice) au repus în discuție problema importanței evaluării informațiilor din mediul online și, în general, importanța educației media.

Cum trăim informația în epoca rețelelor sociale online (vezi conceptul de "bubble filter")? Care este rolul algoritmilor în accesul la informații? Care este rolul cercului de prieteni? Cât de mult contribuim la crearea sau propagarea de conținut informațional pentru alții? Trebuie să revenim la conceptele de "manipulare" și "propagandă", cumva repudiate de științele comunicării în anii '90, 2000? Concepte ca "știri false" sau "dezinformare" au ținut capul de afiș al agendei publice europene în perioada de după evenimentele menționate, dar fenomenul este mult mai complex, iar grupul de experți care a elaborat raportul "A multi-dimensional approach to disinformation" (Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology, 2018) a certificat acest fapt prin importanța abordării sistemice, pe termen lung a fenomenului, prin creșterea gradului de reziliență la dezinformare la nivelul societății, prin promovarea educației media și a alfabetizării informaționale. În acest context, cercetarea a urmărit să identifice diferite aspecte legate de competențele informaționale ale tinerilor. În această secțiune vom analiza:

1. Rolul pe care diferite criterii îl joacă în procesul de evaluare a informațiilor;
2. Competențele media-informaționale ale tinerilor, evaluate prin cunoștințele lor despre funcționarea motoarelor de căutare online.

5.4.1. Evaluarea informațiilor

Conform rezultatelor din Tabelul 34, atunci când decid să aibă încredere într-o informație, pentru mai mult de jumătate dintre tineri sunt importante și foarte importante următoarele aspecte: faptul că informația este prezentată clar și ușor de înțeles (77%), faptul că provine dintr-o sursă de încredere (75%), faptul că îi confirmă respondentului credințele sau informațiile anterioare și faptul că informațiile sunt actuale (ambele în 69% dintre cazuri), precum și faptul că sursa sau autorul pot fi ușor de identificat, respectiv de identificat, în 56% dintre cazuri. Cel mai puțin contează într-o astfel de decizie faptul că informația provine de la un anumit tip de canal (ziar, 30%; radio, 27%; revistă, 24%).

Tabelul 34: Importanța acordată diferitelor aspecte în decizia de a credita o anumită informație

Importanța acordată diferitelor aspecte atunci când tinerii decid să aibă încredere într-o informație	Puțin sau deloc	Mult sau foarte mult
Faptul că informația este prezentată clar și ușor de înțeles	23%	77%
Faptul că am citit-o sau auzit-o dintr-o sursă în care am încredere	25%	75%
Faptul că noua informație confirmă sau nu contrazice ceea ce știam deja pe subiectul respectiv	31%	69%
Faptul că informațiile sunt actuale	31%	69%
Faptul că sursa informațiilor poate fi identificată ușor	44%	56%
Faptul că pot identifica autorul	44%	56%
Faptul că e publicată pe internet	54%	46%
Faptul că materialul a fost distribuit de un prieten în care am încredere	54%	46%
Faptul că apare la un canal TV	60%	40%
Faptul că am găsit materialul pe rețeaua de socializare online pe care obișnuiesc să intru zilnic/cel mai des	60%	40%
Faptul că am citit-o într-un ziar	70%	30%
Faptul că am ascultat-o la radio	73%	27%
Faptul că am citit-o într-o revistă	76%	24%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație? (răspunsuri multiple)

Dacă analizăm credibilitatea data de canalul media informației, observăm că cel mai "credibil" tip de media este internetul, urmat de televiziune, ziare, radio și reviste.

Tabelul 35: Importanța canalului în decizia de a credita o informație

Importanța mediului în alocarea încrederii într-o informație	Deloc, foarte puțin	Puțin	Mult	Foarte mult
Faptul că apare la un canal TV	22%	37%	27%	14%
Faptul că am ascultat-o la radio	33%	40%	20%	7%
Faptul că am citit-o într-un ziar	31%	39%	21%	9%
Faptul că am citit-o într-o revistă	34%	42%	17%	7%
Faptul că e publicată pe Internet	14%	40%	30%	16%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Tabelul 36 ilustrează variațiile în interiorul grupelor analizate în ceea ce privește încrederea în tipul de canal.

- Fetele tind să aibă în mai mare măsură decât băieții încredere în informațiile venite de la televizor, dintr-un ziar sau dintr-o revistă, în timp ce încrederea în internet și în radio rămâne relativ egală în cadrul celor două grupuri.
- Tinerii din mediul rural tind să acorde încredere mai mare informațiilor în funcție de tipul de media de unde acestea provin, la toate tipurile de media analizate. Mai mulți tineri din rural admit că au încredere multă sau foarte multă într-o informație dacă vine de la un anume tip de canal. De remarcat că cea mai mare diferență în acest sens apare la televiziune, cu 12% mai mulți tineri din mediul rural spunând că au încredere multă și foarte multă în informații dacă vin de la televizor.
- Cu vârsta, are loc o diminuare a importanței faptului că informația apare la un canal TV sau e publicată pe internet. Crește ușor procentul celor care tind să crediteze o informație publicată într-un ziar sau într-o revistă.

Tabelul 36: Importanța canalului în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Contează mult sau foarte mult faptul că...	... apare la un canal TV	... am ascultat-o la radio	... am citit-o într-un ziar	... am citit-o într-o revistă	... e publicată pe internet
Masculin	38%	27%	27%	20%	47%
Feminin	43%	29%	34%	28%	46%
Rural	46%	29%	33%	26%	51%
Urban	34%	25%	27%	22%	42%
14-15 ani	43%	29%	29%	23%	51%
16-17 ani	44%	26%	29%	22%	44%
18-19 ani	35%	28%	33%	27%	45%
Total	41%	28%	30%	24%	46%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Uneori, în procesul de evaluare a informației, trebuie să cunoaștem nu doar aspecte legate de funcționarea noilor tehnologii pe care le accesăm, dar trebuie să fim atenți la procesele naturale care tind să ne îndrepte spre anumite tipuri de informații, în detrimentul altora. Mult discutații algoritmi de filtrare a informației, care duc la efectul de bulă informațională, se bazează de fapt pe modul cum funcționează distorsiunile cognitive, mai exact distorsiunea de confirmare (confirmation bias), care face să filtrăm selectiv acele informații ce ne confirmă cunoștințele anterioare. Această strategie de abordare a informațiilor este diametral opusă demersului științific, care este de tip rațional critic.

Tabelul 37: Importanța elementului familiar în decizia de a credita o informație

Importanța elementului familiar în alocarea încrederii într-o informație	Deloc, foarte puțin	Puțin	Mult	Foarte mult
Faptul că noua informație confirmă sau nu contrazice ceea ce știam deja pe subiectul respectiv	7%	24%	44%	25%
Faptul că am găsit materialul pe rețeaua de socializare online pe care obișnuiesc să intru zilnic/cel mai des	20%	40%	27%	13%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

În acest context, am vrut să aflăm importanța pe care tinerii o acordă unor elemente de familiaritate în evaluarea credibilității unei informații. Tabelul 37 arată, oarecum surprinzător în măsura în care distorsiunea de confirmare este considerată a fi de tip inconștient, că sunt conștienți și acceptă tendința lor de a credita informațiile care le confirmă vechile cunoștințe. Pe de altă parte, majoritatea tinerilor consideră că familiaritatea cu platforma de socializare online determină foarte puțin sau puțin decizia lor de a credita informația nouă.

Tabelul 38 arată că nu există variații importante și stabile în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă în ceea ce privește acest aspect.

Tabelul 38: Importanța elementului de familiaritate în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Contează mult sau foarte mult faptul că...	... noua informație confirmă sau nu contrazice ceea ce știam deja pe subiectul respectiv	... am găsit materialul pe rețeaua de socializare online pe care obișnuiesc să intru zilnic/cel mai des
Masculin	70%	40%
Feminin	67%	41%
Rural	68%	42%
Urban	70%	39%
14-15 ani	66%	44%
16-17 ani	71%	37%
18-19 ani	69%	40%
Total	69%	40%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Tabelul 39: Importanța diferitelor aspecte jurnalistice în decizia de a credita o informație

Importanța diferitelor aspecte jurnalistice în acordarea încrederii într-o informație (%)	Deloc, foarte puțin	Puțin	Mult	Foarte mult
Faptul că informația este prezentată clar și ușor de înțeles	4%	19%	38%	39%
Faptul că sursa informațiilor poate fi identificată ușor	14%	30%	36%	20%
Faptul că pot identifica autorul	14%	30%	35%	21%
Faptul că informațiile sunt actuale	8%	23%	40%	29%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Lizibilitatea informației joacă un rol major în decizia de a-i acorda încredere, tinerii preferând, în 77% dintre cazuri, să crediteze mesajele clare și ușor de înțeles.
Un alt criteriu important este cel al actualității informației, explicând astfel de ce subiectele "calde", de actualitate, tind să aibă automat un grad ridicat de încredere. Criteriile clasice de evaluare a informației din perspectiva competențelor informaționale/media - cum ar fi ușurința cu care poți identifica sursa informației sau pe autorul respectivei știri ca să poți stabili eventuale distorsiuni ale știrii- cântăresc, în 56% dintre cazuri, în decizia de a credita o informație.

Tabelul 40: Importanța diferitelor aspecte jurnalistice în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de proveniență și vârstă

Contează mult sau foarte mult faptul că...	... informația este prezentată clar și ușor de înțeles	... sursa informațiilor poate fi identificată ușor	... pot identifica autorul	... informațiile sunt actuale
Masculin	75%	58%	56%	69%
Feminin	79%	53%	56%	69%
Rural	78%	54%	54%	67%
Urban	76%	58%	58%	71%
14-15 ani	76%	54%	53%	66%
16-17 ani	76%	56%	56%	69%
18-19 ani	79%	57%	58%	71%
Total	77%	56%	56%	69%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Tabelul 40 oferă o imagine detaliată asupra modului cum variază importanța acestor aspecte jurnalistice în decizia de a avea încredere într-o informație, în cele trei grupuri analizate de noi.

- Există o ușoară tendință mai mare la fete de a credita informațiile prezentate clar și ușor de înțeles, în timp ce la băieți se observă o ușoară tendință de a credita informațiile a căror sursă poate fi ușor identificată.
- Cu 4% mai mulți tineri din urban decât cei din mediul rural acordă încredere informației dacă sursa sau autorul pot fi ușor identificabili sau dacă informațiile sunt de actualitate.

Tabelul 41: Importanța sursei în decizia de a credita o informație

Importanța sursei în alocarea încrederii într-o informație	Deloc, foarte puțin	Puțin	Mult	Foarte mult
Faptul că am citit-o sau auzit-o dintr-o sursă în care am încredere	8%	17%	39%	36%
Faptul că materialul a fost distribuit de un prieten în care am încredere	16%	38%	31%	15%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

Dincolo de a fi ușor identificabilă, ne-a interesat rolul pe care încrederea anterioară în respectiva sursă o joacă în procesul de creditare a informației. Astfel, Tabelul 41 arată că o sursă de încredere – unde termenul "sursă" este folosit la modul general, - este mai creditată decât "un prieten de încredere" care diseminează un material. Prietenul este creditat foarte mult de 15% dintre respondenți și mult de 31% dintre respondenți, față de 36%, respectiv 39% în cazul sursei.

Tabelul 42: Importanța sursei în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Contează mult sau foarte mult faptul că...	... am citit-o sau auzit-o dintr-o sursă în care am încredere	... materialul a fost distribuit de un prieten în care am încredere
Masculin	76%	50%
Feminin	75%	42%
Rural	73%	46%
Urban	78%	47%
14-15 ani	74%	47%
16-17 ani	77%	46%
18-19 ani	75%	45%
Total	75%	46%

Q20. Cât contează pentru tine următoarele aspecte atunci când decizi să ai încredere într-o informație?

- Conform datelor din Tabelul 42, băieții, în mai mare măsură decât fetele, creditează informația dacă vine de la un prieten de încredere;
- În funcție de mediul de rezidență, tinerii din mediul urban tind să crediteze mai mult informația dacă provine dintr-o sursă în care au încredere.

5.4.2 Testarea cunoștințelor de competențe informaționale

Pentru că cei mai mulți dintre tineri caută zilnic diferite tipuri de informație online, am vrut să vedem dacă știu să discearnă informația după acuratețe.

Tabelul 43: Percepția tinerilor asupra obiectivității site-urilor listate de motoarele de căutare

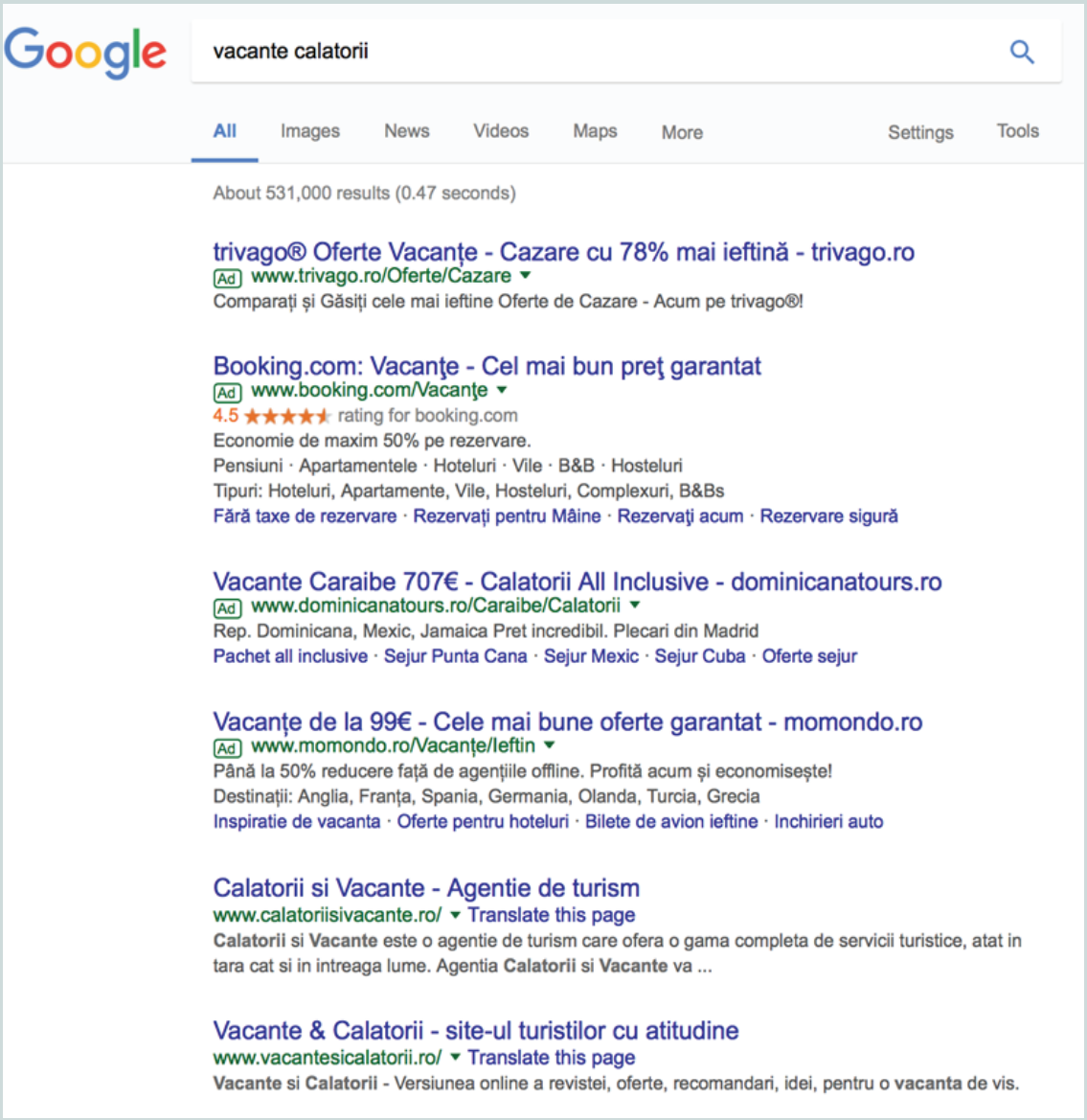
Competențe media și informaționale	Cred că toate site-urile listate de către motorul de căutare au informații corecte și imparțiale	Cred că unele site-uri listate la căutare sunt corecte sau imparțiale, iar altele nu.	Nu mă interesează dacă site-urile rezultate la căutare au sau nu informații corecte sau imparțiale
Masculin	21%	74%	5%
Feminin	14%	81%	5%
Rural	21%	75%	4%
Urban	15%	80%	5%
14-15 ani	21%	75%	4%
16-17 ani	16%	80%	4%
18-19 ani	18%	77%	5%
Total	18%	77%	5%

Tabelul 43: Percepția tinerilor asupra obiectivității site-urilor listate de motoarele de căutare

Tabelul 43 arată că trei din patru tineri sunt conștienți că nu toate site-urile listate de motoarele de căutare au același grad de acuratețe a informațiilor, 18% cred că toate informațiile listate de motoarele de căutare sunt corecte și imparțiale, în timp ce 5% dintre tineri se declară neinteresați de acest aspect.

- Băieții sunt în mai mare măsură decât fetele înclinați să creadă în acuratețea tuturor informațiilor pe care le găsesc atunci când realizează o căutare online, în timp ce fetele sunt mai selective;
- La fel, tinerii din mediul rural tind să creadă în acuratețea tuturor informațiilor;
- Procentul celor care nu sunt interesați de aspectul acurateței informațiilor găsite rămâne relativ constant în cadrul grupurilor studiate.

Figura 5: Imagine folosită în cadrul chestionarului pentru a testa cunoașterea de către tineri a site-urilor sponsorizate afișate de motorul de căutare Google



Tabelul 44 arată că doar 40% dintre tineri reușesc să identifice site-urile sponsorizate care apar la căutările online, în timp ce 60% consideră că alte calități ale acestora le fac să apară primele în lista de rezultate. Mai mulți băieți decât fete și mai mulți tineri din mediul urban față de cei din mediul rural reușesc să identifice corect aceste site-uri.

Tabelul 44: Testarea cunoștințelor de educație media, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Competențe informaționale	Sunt cele mai bune, cele mai relevante rezultate	Sunt cele mai populare rezultate folosite de alți utilizatori	Sunt reclame / link-uri sponsorizate / au apărut acolo contra plată	Sunt cele mai actualizate site-uri	Nu știu
Masculin	15%	33%	43%	4%	5%
Feminin	10%	34%	36%	7%	13%
Rural	13%	35%	34%	5%	13%
Urban	11%	31%	46%	5%	7%
14-15 ani	11%	36%	34%	7%	12%
16-17 ani	11%	30%	44%	5%	10%
18-19 ani	15%	33%	40%	4%	8%
Total	12%	33%	40%	5%	10%

Q24. Care dintre afirmațiile de mai jos descrie cel mai bine primele 4 rezultate listate în imagine?

6. Comportament participativ în mediul online

Fără doar și poate, datele cercetării ne-au arătat că tinerii sunt consumatori de informații online. Un alt aspect de interes în cercetare se referă la felul în care tinerii trec de la informație la acțiune în mediul online sau care este comportamentul lor participativ. Cât de responsabilă este o astfel de trecere și cât de mult se bazează pe o înțelegere a naturii informației online și, în consecință, pe o evaluare a acesteia? Când se "activează" tinerii pentru a distribui o informație sau pentru a comenta o informație?

În Tabelul 9 s-a văzut deja că, în ceea ce privește activitățile zilnice, mai puțin de 4 din 10 tineri publică un comentariu și mai puțin de 2 din 10 publică un video sau o fotografie proprie, rezultate care arată că tinerii sunt în mică măsură creatori de conținut propriu online.

În această secțiune vom analiza, pe lângă participarea la spațiul public 2.0 sub forma comentariilor la articole, și un alt tip de comportament participativ, și anume distribuirea informațiilor care se găsesc deja online, accentul fiind pe responsabilitatea actului.

Tabelul 45 arată că aproape jumătate dintre tinerii intervievați nu obișnuiesc să distribuie articole online și unul din patru dă Share / Distribuie unui articol online fără nicio verificare prealabilă.

Tabelul 45: Cei care distribuie articolele din online fără nicio verificare prealabilă și cei care nu distribuie deloc articole online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Ce faci înainte să dai Share?	Nimic special, de cele mai multe ori dau Share pur și simplu	Nu obișnuiesc să dau Share
Masculin	27%	46%
Feminin	25%	49%
Rural	27%	48%
Urban	25%	47%
14-15 ani	25%	51%
16-17 ani	24%	52%
18-19 ani	29%	40%
Total	26%	48%

Q25. Ai dat peste un articol interesant pe care vrei să îl distribui / să îi dai Share pe rețelele sociale pe care le folosești. Ce faci înainte să dai Share?

Verificarea informației înainte de a o distribui pe o rețea de socializare nu este, așa cum am văzut mai sus, norma. Datele din Tabelul 46 arată că, atunci când acest comportament de verificare apare, cel mai frecvent este contextual, și anume dacă există semne de suspiciune în legătură cu informația respectivă, caz în care 21% dintre tineri verifică informația și din altă sursă. Alte verificări care sunt făcute țin de actualitatea informațiilor (16%), cui aparține site-ul unde apare informația (14%), cine e autorul informației (10%) și cine are de câștigat din publicarea articolului (4%).

Tabelul 46: Acțiunile de verificare a informației înainte de a o distribui pe o rețea de socializare online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Ce faci înainte să dai Share?	Verific cine e autorul informațiilor	Verific cui aparține site-ul unde sunt publicate informațiile	Dacă am semne de întrebare, verific informațiile și din alte surse	Verific dacă informațiile sunt de actualitate sau dacă este vorba despre un articol mai vechi	Mă întreb ce ar avea de câștigat cei care au publicat articolul
Masculin	11%	15%	23%	17%	6%
Feminin	8%	13%	20%	15%	3%
Rural	10%	12%	17%	14%	5%
Urban	9%	17%	27%	18%	5%
14-15 ani	10%	14%	21%	11%	6%
16-17 ani	10%	14%	22%	15%	5%
18-19 ani	9%	15%	21%	22%	4%
Total	10%	14%	21%	16%	5 %

Q25. Ai dat peste un articol interesant pe care vrei să îl distribui / să îi dai Share pe rețelele sociale pe care le folosești. Ce faci înainte să dai Share?

- Cele mai mari variații în grupele studiate apar în funcție de mediul de rezidență, tinerii din mediul urban fiind mai înclinați să verifice informațiile și din alte surse în caz de suspiciune, să verifice cui aparține site-ul sau să verifice actualitatea informațiilor.

Tabelul 47: Comportamentele de informare și de participare online ale tinerilor atunci când sunt interesați de un subiect, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Informare și participare online	Caut online articole pe subiectul respectiv	De obicei nu fac nimic din toate acestea (dat like, share sau comentariu), prefer doar să citesc articole pe subiectul de interes	Nu citesc articole pe internet
Masculin	67%	19%	6%
Feminin	70%	23%	6%
Rural	69%	19%	6%
Urban	69%	23%	7%
14-15 ani	66%	21%	7%
16-17 ani	71%	23%	6%
18-19 ani	69%	19%	6%
Total	69%	21%	6%

Q26.Se întâmplă ca atunci când ești interesat(ă) de un subiect anume să faci următoarele lucruri? (răspunsuri multiple)

Tabelul 47 arată că, deși 7 din 10 tineri caută informații online atunci când sunt interesați de un subiect, 2 din 10 nu participă în niciun fel la lumea digitală, admițând că nu dau Like, Share sau că nu comentează, că sunt doar consumatori de informație. Fetele și cei din mediul urban sunt cu 4% mai mult decât băieții și respectiv tinerii din mediul rural mai înclinați spre comportamentul de consumator în defavoarea celui de participant. 6% dintre respondenți nu citesc articole pe internet.

Tabelul 48: Care sunt articolele pe care tinerii le distribuie atunci când sunt interesați de un subiect, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Relația dintre informare și participare: like și share	Dau like sau share la toate articolele pe subiectul respectiv ca să semnalez lumii că mă interesează	Dau like sau share doar la articolele pe care le consider bune (sunt bine scrise sau bine documentate)	Dau like sau share doar la materialele care sunt în acord cu ce cred despre acel subiect
Masculin	8%	19%	11%
Feminin	7%	20%	14%
Rural	7%	16%	12%
Urban	8%	23%	13%
14-15 ani	6%	19%	15%
16-17 ani	7%	18%	10%
18-19 ani	9%	21%	11%
Total	7%	20%	12%

Q26.Se întâmplă ca atunci când ești interesat(ă) de un subiect anume să faci următoarele lucruri? (răspunsuri multiple)

Pentru a afla ce anume determină trecerea de la informare la participare, am vrut să vedem care sunt considerentele care îi fac pe tineri să dea Like sau Share unui articol în mediul online. Tabelul 48 arată că cel mai frecvent (20%) tinerii distribuie sau apreciază un articol atunci când îl consideră "bun" (bine scris sau bine documentat). Totuși, 12% dintre respondenți recunosc că apreciază sau distribuie mai departe doar articolele al căror conținut confirmă credințele lor anterioare, articolele în cauză fiind astfel folosite pe post de portavoce a propriilor opinii și de confirmare permanentă în spațiul public a opiniilor respondentului, în timp ce 7% apreciază sau distribuie toate articolele pe respectivul subiect pentru a semnala astfel interesul lor pentru subiect.

În ceea ce privește variațiile din interiorul grupurilor, este de remarcat doar că mai mulți tineri din mediul urban tind să aprecieze sau să distribuie articolele pe baza unor criterii valorice.

Tabelul 49: Participarea tinerilor în mediul online sau offline pe baza unor informații găsite online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Relația dintre informare și participare: comentariul	Dacă mi se pare că articolul este bine scris, las un comentariu sub articol	Dacă mi se pare că articolul este prost scris, las un comentariu sub articol	Deseori mă implic în discuțiile despre articolele care mă interesează	Discut despre articol cu prietenii sau rudele atunci când mă întâlnesc față în față
Masculin	8%	6%	11%	20%
Feminin	4%	3%	8%	23%
Rural	5%	3%	7%	17%
Urban	8%	6%	12%	27%
14-15 ani	6%	6%	11%	20%
16-17 ani	5%	3%	8%	26%
18-19 ani	8%	5%	10%	18%
Total	6%	5%	9%	21%

Q26.Se întâmplă ca atunci când ești interesat(ă) de un subiect anume să faci următoarele lucruri? (răspunsuri multiple)

Internetul, în forma actuală, este un loc cu potențial participativ, oferindu-i utilizatorului posibilitatea de a intra în dialog cu autorii articolelor sau cu alți cititori, de a-și susține ideile, de a critica sau de a aprecia în cuvinte diferite conținuturi din mediul online. În acest context al participării potențiale pe care internetul îl oferă, am vrut să vedem când anume tinerii fac realmente uz de ea și intră în dialog online sau offline pornind de la articolele online.

Tabelul 49 arată că cei mai mulți tineri, 2 din 10, discută articolele care le suscită interesul în conversaţii față în față cu prietenii sau rudele. Foarte puțini intră în dialog online pornind de la aceste articole. Astfel, 9% spun că se implică în discuții online despre articolele care îi interesează, 6% lasă comentarii la articolele care le-au plăcut și 5% la articolele care nu le-au plăcut. Este mai probabil ca tinerii din mediul urban să se implice atât în discuții online (mai ales pentru subiectele care îi interesează), cât și offline (la diferență de 10% față de cei din mediul rural) pornind de la articolele pe care le citesc.

7. Folosirea internetului în context școlar

Această cercetare a urmărit în mod specific studierea oportunităților de informare, petrecere a timpului liber și participare pe care internetul le oferă tinerilor. Un context aparte este cel școlar, care a apărut sporadic până acum pe parcursul acestui raport (la capitolul dedicat Activităților online sau cel dedicat Practicilor de informare) și care va fi tratat pe larg în această secțiune.

Cercetări anterioare pe tema folosirii internetului în context școlar au arătat că, în ciuda percepției comune, în România, internetul este folosit în context școlar[11], fiind uneori văzut ca alternativă la lipsa de resurse educaționale tradiționale de la nivelul școlilor (Velicu et al., 2014). Aceeași cercetare a arătat că, dacă reglementarea excesivă a accesului la diferite platforme în unele țări este uneori limitativă în ceea ce privește accesul la informație, în România lipsa de astfel de reglementări ar putea avea și aspecte pozitive. Au existat, de asemenea, discuții despre posibilitatea extinderii mișcării BYOD (bring your own device) - care pledează pentru folosirea dispozitivelor personale în contexte profesionale - la nivelul școlii[12] pentru a contracara situațiile în care școala este lipsită de infrastructura (sau aceasta nu este suficientă) care să permită accesul copiilor la internet.

În acest context, în această secțiune ne-a interesat să identificăm:

1. Folosirea internetului în context școlar și rolul profesorilor în încurajarea acestei practici;
2. Dotarea școlilor cu rețea WiFi;
3. Strategiile de mediere a folosirii internetului de către tineri, pe care profesorii le pun în practică
4. Percepția tinerilor despre posibilitatea folosirii telefoanelor personale în cadrul școlii.

[11] Sunt multe de studiat despre complexitatea folosirii uneltelor digitale în acest context, dar la nivel de bază, cel al căutării de informație, ele sunt folosite.

[12] Există în acest sens un raport al rețelei European Schoolnet din 2015 – BYOD for Schools: Technical advice for school leaders and IT administrators – și numeroase articole care au evaluat impactul acestei practici la nivelul școlii primare (vezi de exemplu McLeen, 2016) sau al școlii secundare (Parsons și Adhikari, 2016) sau implicațiile pe care această mișcare le-ar putea avea la nivelul deciziilor luate de părinți (Kigger and Herro, 2015).

Tabelul 50 arată că 62% dintre tineri admit că puțini sau niciunul dintre profesori nu i-au încurajat să folosească internetul pentru școală, față de 38% care au răspuns că toți sau cei mai mulți dintre profesori i-au încurajat în acest sens.

Tabelul 50: Rolul profesorilor în încurajarea tinerilor de a folosi internetul pentru școală, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Încurajarea din partea profesorilor pentru folosirea internetului pentru școală	Toți sau cei mai mulți profesori	Puțini profesori sau niciunul
Masculin	37%	63%
Feminin	40%	60%
Rural	36%	64%
Urban	41%	59%
14-15 ani	38%	62%
16-17 ani	38%	62%
18-19 ani	39%	61%
Total	38%	62%

Q30. În general, profesorii vă îndeamnă să folosiți internetul pentru a vă face temele sau a afla informații folositoare pentru școală?

Întrebați despre folosirea concretă a internetului pentru școală și în școală din ultima săptămână, conform datelor din Tabelul 51, 20% dintre tineri au afirmat că nu au folosit deloc internetul pentru sarcini în clasă, în timp ce 12% l-au folosit zilnic. Pentru școală, procentul celor care au folosit internetul zilnic în ultima săptămână se ridică la 30% și al celor care nu l-au folosit deloc scade la 5%.

Tabelul 51: Folosirea internetului în context școlar în ultima săptămână

Folosirea internetului în ultima săptămână	... pentru școală	... pentru sarcini în clasă
Deloc	5%	20%
1 - 2 ori	27%	41%
3 - 4 ori	28%	21%
5 - 6 ori	11%	6%
Zilnic	30%	12%

Q31. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru școală (nu neapărat când erai la școală) în ultima săptămână?
Q32. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru diferite sarcini în clasă în ultima săptămână?

Conform datelor din Tabelul 52, cel mai mult variază folosirea pentru școală și mai puțin folosirea internetului în clasă. În primul caz, variații importante apar în funcție de genul respondenților – cu 10% mai multe fete decât băieți afirmând că au folosit zilnic în acest sens internetul. Variații apar și funcție de mediul de rezidență, tinerii din urban având mai multe activități online în clasă.

Tabelul 52: Folosirea zilnică a internetului în context școlar, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Folosire zilnică a internetului	... pentru școală	... în clasă
Masculin	25%	11%
Feminin	35%	13%
Rural	29%	11%
Urban	30%	14%
14-15 ani	24%	11%
16-17 ani	33%	12%
18-19 ani	33%	13%
Total	30%	12%

Q31. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru școală (nu neapărat când erai la școală) în ultima săptămână?
Q32. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru diferite sarcini în clasă în ultima săptămână?

În ceea ce îi privește pe cei care declară că nu au folosit deloc internetul în context școlar în ultima săptămână, variațiile apar în situația folosirii internetului în clasă. Astfel, în mediul urban sunt mai mulți cu 8% cei care spun că nu au folosit deloc în ultima săptămână internetul în clasă, iar odată cu vârsta, procentul celor care spun că nu au folosit deloc internetul în clasă scade.

Tabelul 53: Lipsa de folosire a internetului în context școlar, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Nu au folosit niciodată internetul în ultima săptămână	... pentru școală	... în clasă
Masculin	5%	20%
Feminin	4%	20%
Rural	4%	17%
Urban	6%	25%
14-15 ani	4%	28%
16-17 ani	4%	15%
18-19 ani	7%	19%
Total	5%	20%

Q31. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru școală (nu neapărat când erai la școală) în ultima săptămână?
Q32. Cam de câte ori ai folosit internetul pentru diferite sarcini în clasă în ultima săptămână?

În ceea ce privește dotarea cu conexiune la internet sub forma rețelei WiFi a școlii și accesul elevilor la ea, cei mai mulți dintre respondenți, 53%, afirmă că există o astfel de rețea, dar elevii nu au voie să o folosească; 12% afirmă că o astfel de rețea există și elevii au voie să o folosească, dar cu anumite restricții, iar 10% afirmă că o astfel de rețea există și elevii au voie să o folosească fără restricții. Per total, 17% afirmă că nu există o astfel de rețea și 8% că nu știu.

Tabelul 54: Existența unei rețele WiFi în școală și accesul elevilor la ea, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Existența unei rețele WiFi în școală	Nu există	Există, dar elevii nu au voie să o folosească	Există şi elevii au voie să o folosească, dar cu anumite restricţii	Există și elevii au voie să o folosească fără restricţii	Nu ştiu
Masculin	20%	49%	12%	12%	7%
Feminin	15%	56%	12%	8%	9%
Rural	16%	53%	13%	9%	9%
Urban	19%	52%	11%	11%	7%
14-15 ani	18%	50%	12%	11%	9%
16-17 ani	18%	54%	12%	8%	8%
18-19 ani	16%	54%	12%	10%	8%
Total	17%	53%	12%	10%	8%

Q35 Există în şcoala ta reţea WiFi disponibilă (rețea wireless / rețea de internet pe care te poți conecta fără cablu sau de pe telefonul mobil)?

Tabelul 54 arată variațiile răspunsurilor în cadrul grupurilor studiate, variații care, reamintim, nu denotă neapărat o realitate diferită pentru respondenți diferiți, cât, uneori, modul în care ei se raportează la aceasta. Astfel, procentul mai mare al fetelor, raportat la cel al băieților care spun că există o rețea WiFi a școlii pe care elevii nu au voie să o folosească, nu înseamnă neapărat că există școli cu mai multe fete în care există astfel de rețele și școli în care sunt mai mulți băieți în care nu există astfel de rețele (deși și acest lucru poate fi adevărat, dat fiind că respondenții

noștri sunt la nivel de liceu), poate să însemne că, în lipsa accesului la ea, băieții tind să neglijeze însăși existența ei.

Cele mai frecvente strategii de mediere a internetului de către tineri folosite de profesori sunt încurajarea folosirii internetului pentru diferite sarcini în clasă, menționată de 57% dintre respondenți, oferirea de criterii de a discerne între site-uri "bune" și site-uri "rele" (43%) și oferirea de sfaturi de folosire a internetului în siguranță (39%). Cele mai rare strategii sunt cele de mediere restrictivă – "A făcut reguli despre ce ai voie să faci pe internet la școală", 18%. Ele apar la egalitate cu oferirea de informații concrete despre ce ar trebui să facă în situații problematice pe internet și sunt urmate de strategiile de sprijin în situația de post-risc, prin ajutorul oferit dacă cineva i-ar fi supărat pe internet (menționate în doar 6% din cazuri).

Tabelul 55: Medierea profesorală a folosirii internetului de către tineri

Strategii de mediere a folosirii internetului de către tineri folosite de profesori	%
Ți-a cerut să folosiți conexiunea la internet pentru diferite sarcini în clasă	57%
Ţi-a explicat de ce unele site-uri sunt bune sau rele	43%
Ţi-a dat sfaturi despre cum să folosești internetul în siguranță	39%
A vorbit cu tine despre ce faci pe internet	32%
Ţi-a dat sfaturi despre cum să te comporți cu alte persoane pe internet	31%
Te-a ajutat atunci când ceva îți părea greu de făcut sau de găsit pe internet	30%
A făcut reguli despre ce ai voie să faci pe internet la școală	18%
În general, ți-a vorbit despre ce ar trebui să faci dacă ceva de pe internet te-ar deranja	18%
Te-a ajutat în trecut atunci când te-a supărat ceva de pe internet	6%

Q36 Există profesori în şcoala ta care să fi făcut unul dintre lucrurile următoare?

Tabelul 56: Acordul tinerilor pentru limitarea folosirii telefoanelor mobile în școală, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă

Acordul exprimat pentru limitarea folosirii telefoanelor mobile in scoală	%
Masculin	24%
Feminin	26%
Rural	27%
Urban	23%
14-15 ani	24%
16-17 ani	20%
18-19 ani	31%
Total	25%

Q37. După părerea ta, ar trebui să se limiteze în interiorul școlii folosirea internetului și a telefoanelor mobile?

Întrebați dacă, în opinia lor, ar trebui limitată folosirea telefoanelor mobile proprii în școală, doar unul din patru respondenți a răspuns afirmativ, variațiile răspunsurilor în cadrul diferitelor grupuri regăsindu-se în Tabelul 56.

Tinerii au fost rugați să își argumenteze opinia în propriile cuvinte. Am considerat că analiza acestor argumente prin metode cantitative le-ar face o defavoare, reducându-le din profunzime și complexitate. De aceea, vom face o analiză tematică, evidențiind care sunt elementele folosite de tineri în argumentarea ideii susținute. Figura 6 oferă totuși o imagine de ansamblu, realizată cu ajutorul analizei de tip cloud, pentru cele mai frecvente 100 de cuvinte din răspunsurile primite la această întrebare.

Cei care se opun limitării folosirii internetului sau a telefoanelor mobile în școală argumentează în general prin:

1. potențialul educativ al internetului, folosirea propriilor dispozitive în acest scop, chiar și în timpul orelor, putând fi benefică (pentru căutarea de informații, Citatul 38.3., Citatul 38.4, Citatul 38.5; pentru folosirea de aplicații, Citatul 38.10, etc.);

2. Necesitatea de a comunica cu părinții sau familia, nu de puține ori pentru a se coordona cu aceștia pentru întâlnirile ulterioare (Citatul 38.4);

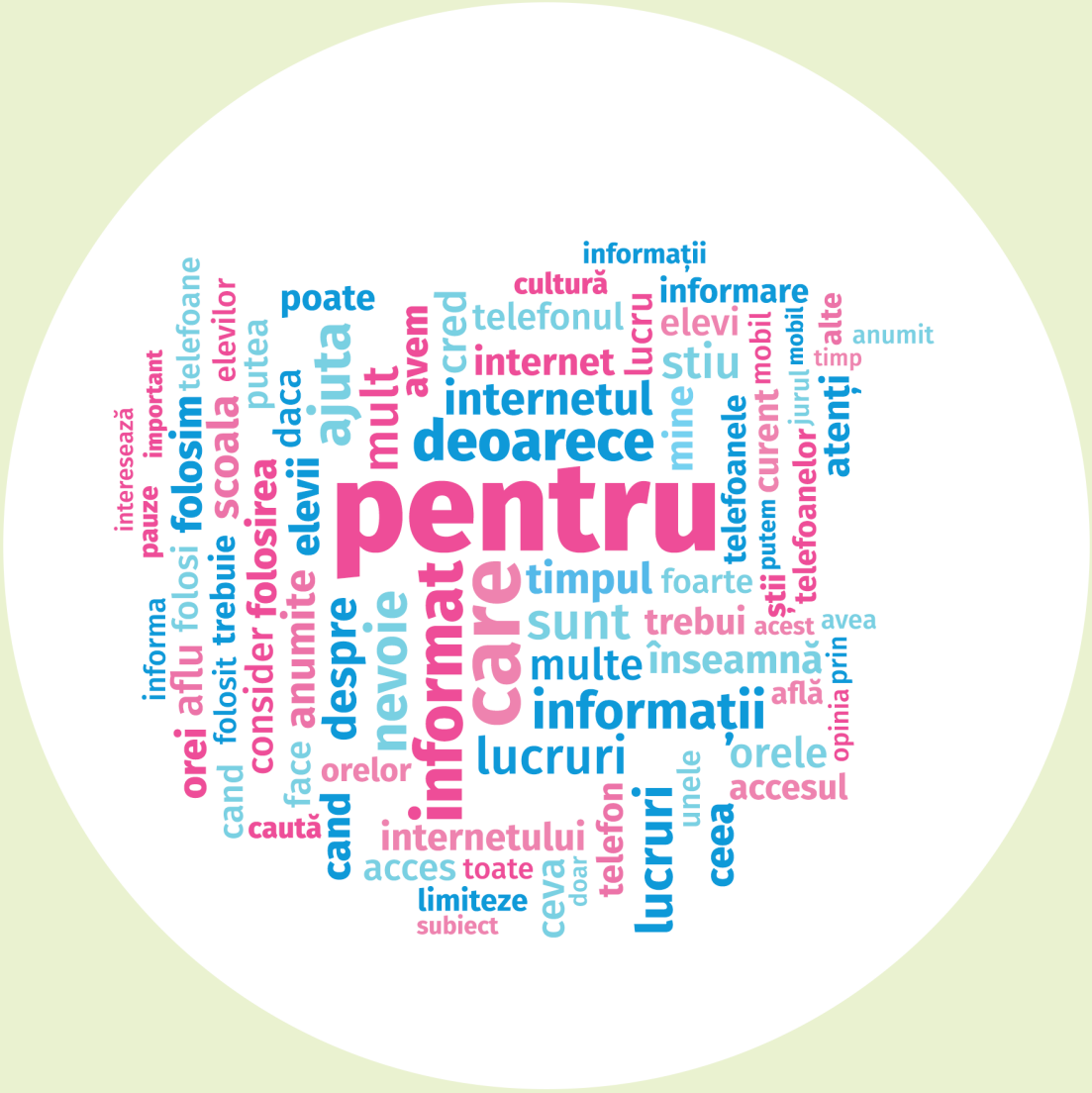
3. Necesitatea de a comunica și de a se coordona cu grupul de colegi și chiar profesorii (în caz de modificare a orarului sau a unei săli, spre exemplu);

4. Necesitatea de a se informa în timp real în cazul unui eveniment neplăcut (fie în cazul în care s-a întâmplat ceva rău familiei sau prietenilor, fie în caz de dezastre, calamități);

5. Faptul că telefonul mobil facilitează comunicarea dintre școală şi familie (prin fotografierea testelor care rămân la școală pentru a le arăta părinților);

6. Prin faptul foarte personal că, așa cum declară unii dintre ei, nu pot sau nu vor să se despartă de telefon sau de conexiunea la internet pe care acesta le-o oferă (Citatul 38.14).

Figura 6: Privire de ansamblu realizată prin analiză de tip cloud asupra argumentelor în favoarea opiniei exprimate de tineri cu privire la limitarea folosirii telefonului mobil în școală



Citatul 38.1. "Deoarece de cele mai multe ori folosim internetul în timpul orei deoarece ni se pare plictisitoare ora. Așa că ori facem orele mai interesante cu profesori care să nu stea la catedră și să predea non stop ori vom continua să stăm pe telefoane deoarece sunt mai interesante și captivante decât un profesor plictisit de propria viață și frustrat că vine la școală din silă ca să facă viața un iad elevilor." (fată, 15 ani, rural)

Citatul 38.2. "Internetul nu ar trebui să se limiteze. Telefoanele ar trebui să se ia doar în timpul orei, nu pe toată perioada zilei. Băieții nu trebuie să aibă restricție de la diriginte pentru a nu purta conversații pe grupuri sociale cu colegii!!!!! La probleme de disciplină, dirigintele(a) vorbește DUPĂ ore cu fetele pe un grup de whatsapp și după îi sună pe părinții elevului după ora 20." (băiat, 14 ani, urban)

Citatul 38.3. "Deoarece există materii la care ni se solicită anumite informații în timp real care pot fi obținute numai de pe internet." (băiat, 14 ani, rural)

Citatul 38.4. "NU, deoarece noi putem căuta informații despre o lecție sau putem căuta cuvinte necunoscute pentru oră. Putem lua legătura cu părinții sau cu colegii care nu sunt la școală pentru a le da lecțiile și temele pe care le avem pentru a doua zi. Telefoanele sunt necesare pentru noi și în interiorul școlii deoarece domnii profesori nu ne dau testele acasă pentru a le arăta părinților și cu telefoanele putem face poză la test și să le trimitem părinților în pauză sau să le arătăm acasă ce am greșit și ce notă am luat." (fată, 14 ani, urban)

Citatul 38.5. "Deoarece la ore când avem nevoie de o informație concretă iar poate profesorul nu știe să ne zică nimic despre ea putem căuta pe internet! În unele cazuri la muzică mai și căutăm versurile melodiilor și de rare ori poezii la limba și literatura română." (fată, 14 ani, urban)

Citatul 38.6. "Deoarece noi trebuie să fim mereu informați. Printre drepturile noastre se număra și dreptul la informare. După părerea mea, este o nedreptate faptul că telefoanele sunt interzise în timpul orelor de curs." (băiat, 15 ani, rural)

Citatul 38.7. "În primul rând deoarece tehnologia avansează și este inevitabil ca la un moment dat aceasta să înceapă să fie o parte a procesului de educare a copiilor, așa că de ce să încercăm să oprim acest lucru atunci când îl putem sprijini. În al doilea rând Internetul este o modalitate ușoară de a căuta informații pe care le putem folosi în clasă." (fată, 16 ani, urban)

Citatul 38.8. "Eu cred că nu ar trebui limitată folosirea internetului și a telefoanelor mobile atât timp cât sunt folosite în scopuri educative sau nu sunt folosite excesiv. O problemă care mă frământă este în timpul pauzelor când marea majoritate dintre colegii mei stau pe telefoane și nu socializează atât de mult sau de exemplu în cazul în care cineva se lovește sau se întâmplă ceva, marea majoritate își scot telefoanele și încep să filmeze/să facă poze." (fată, 16 ani, urban)

Citatul 38.9. "Consider că nu ar trebui limitat internetul deoarece în foarte multe cazuri în timpul orei avem nevoie de internet la cererea profesorului, iar în pauze avem nevoie de internet pentru a ne relaxa. Limita cum că elevii nu au voie să stea pe telefon în timpul orei fără acordul profesorului deja există, deci consider că nu ar fi nevoie de o altă limitare." (băiat, 16 ani, urban)

Citatul 38.10. "Deoarece consider că suntem într-o perioadă în care noi, adolescenții, suntem oarecum dependenți de internet iar acesta ne atrage cel mai mult. Astfel, profesorii ar putea încerca să ne ajute în dezvoltarea noastră atât personală, cât și culturală cu ajutorul internetului. Spre exemplu, există profesori în liceul meu care ne permit folosirea conexiunii la internet în timpul orelor pentru a ne documenta despre anumite teme sau care ne permit să folosim aplicații ce ne ajută să ne dezvoltăm capacitățile lingvistice (ex: Duolingo)." (fată, 17 ani, urban)

Citatul 38.11. "Tinerii stau uneori prea mult pe telefon, inclusiv la școală, dar orice încercare de limitare a acestui fapt nu a avut succes, ci, din contra, a creat discuții și "haos". Ar trebui să stăm mai puțin pe telefon, lucru care ar fi mai ușor de făcut indirect, prin captarea atenției la ore și creșterea respectului elevilor și a profesorilor unii față de ceilalți." (fată, 17 ani, urban)

Citatul 38.12. "Sunt de părere că oricât de mult încerc să nu folosesc telefonul în pauze sau în timpul orelor, nu pot face nimic ca să mă abțin. Nu spun că ar trebui să fie interzise telefoanele în incinta școlilor/liceelor, însă sunt de părere că elevii ar trebui să se controleze în așa fel încât să folosească telefonul mai mult în pauze. Eu unul folosesc telefonul mobil în timpul orelor la care știu că nu va trebui să mă chinui ca să iau o notă mare sau care nu îmi vor trebui la un viitor examen. La orele unde mi se pare mai dificilă materia sau unde am nevoie să fiu atent pentru următoarele examene (BAC / admitere / simulări etc.) încerc cât se poate de mult să nu folosesc telefonul, sau dacă îl folosesc, îl folosesc pentru a căuta o informație de care am nevoie la ora respectivă." (băiat, 17 ani, urban)

Citatul 38.13. "Nu cred că impunerea limitării acestora ar avea rezultatul dorit. Dacă studenții vor să fie atenți la ce spune profesorul, o vor face din propria inițiativă, si nu pentru că le este interzis să folosească telefonul și nu au ce face altceva." (fată, 19 ani, urban)

Citatul 38.14. "Nu suport să nu am conexiune la internet." (băiat, 15 ani, urban)

Citatul 38.15. "Deoarece consider că mai ales în liceu, elevii sunt destul de maturi încât să decidă și singuri dacă doresc să fie atenți la o anumită oră sau nu, dacă vor să își piardă timpul folosind telefonul sau nu... Eu una, la școală lucrez mult în plus, pentru orele din particular și am nevoie să folosesc telefonul, lucru pe care îl și fac în timpul orelor plictisitoare în care fie nu vine profesorul, fie profesorul respectiv mă seacă de energie și prefer să nu fiu atentă." (fată, 17 ani, urban)

Citatul 38.16. "Deoarece sistemul de învățământ în România este extrem de prost, iar mulți profesori nu predau încât să înțelegi tot, de aceea ai nevoie de internet. Utilizarea rețelelor de socializare ar trebui oprită în timpul școlii, deoarece aceasta provoacă incidentele cu poze etc." (băiat, 16 ani, rural)

Citatul 38.17. "Acest lucru ar trebui să fie la alegerea elevului. De vreme ce el dorește să nu fie atent la oră sau să nu participe, este pur si simplu dorința lui. Eu fiind elev în clasa a 12-a, pot spune ca telefonul reprezintă ceva esențial pentru mine, atât din punct de vedere social cât și educațional. Mă regăsesc de foarte mulți ori stând pe telefon în timpul orelor plictisitoare, dar in aceeași măsură, îl folosesc foarte des pentru a lucra variante de bac în orele în care profesorul ne lasă sa facem asta(și când nu mă vede...dar asta este o alta discuție :)). Deci eu susțin folosirea telefonul... este ceva indispensabil. Sunt sigur că fără el, performanța mea școlară ar scădea, întrucât eu lucrez mai mult la școală decât acasă. Prefer să valorific timpul pierdut din orele de curs, făcându-mi toate temele la meditații, iar acasă mă pot relaxa." (băiat, 19 ani, urban)

Dincolo de aceste motive recurente invocate împotriva deciziei de limitare a telefoanelor mobile și a internetului în școală, sunt de remarcat anumite particularități în discursul tinerilor în modul în care încadrează problema. Nu de puține ori, tinerii respondenți explică folosirea telefonului mobil în clasă și pledează împotriva limitării acestuia prin calitatea slabă a actului educațional din școlile românești.

Unii tineri cer responsabilizarea profesorilor în acest sens (Citatul 38.1, Citatul 38.15), în timp ce alții consideră că sistemul de educație este în totalitate de slabă calitate și, deci, alternativa online este necesară (Citatul 38.16). Alții argumentează într-o manieră pozitivă, ca ajutor dat profesorilor (Citatul 38.5).

În unele dintre aceste cazuri, folosirea internetului în timpul orei de pe telefoanele personale este alternativa asumată de elev la o slăbiciune percepută de ei la nivelul sistemului sau a unor oameni din sistem, alternativă care însă nu înseamnă folosirea în scop de divertisment, ci de multe ori tot în scop educativ, dar în mod individual (Citatul 38.15).

Deși, de principiu, resping limitarea folosirii propriilor dispozitive în școală, tinerii își nuanțează deseori răspunsul, acceptând limitele actuale, care sunt suficiente (Citatul 38.9), acceptând necesitatea limitării folosirii în cadrul școlii a unor platforme cu potențial de risc (Citatul 38.16) sau afirmând că folosirea trebuie permisă atunci când apare în scopuri educative și nu este excesivă (Citatul 38.8).

Din contră, alți tineri pun în termeni principiali problema, invocând dreptul lor de a fi informați, restricționarea folosirii telefoanelor mobile fiind văzută ca limitarea acestui drept (Citatul 38.6). Alte argumente sunt aduse în termeni utilitari (prin facilitatea comunicării familie-școală, Citatul 38.4) sau pragmatici, cum este cazul Citatului 38.11, care denotă o neîncredere în funcționarea regulilor (care ar duce la "haos"), propunând în același timp o abordare pozitivă a problemei.

Și alți tineri propun strategii pozitive de integrare a internetului, strategii care să fie în acord cu nevoile sau interesele perioadei adolescenței în locul celor limitative (Citatul 38.10). Din altă perspectivă, în Citatul 38.7, argumentul invocat este angajarea școlii pe un drum inevitabil al pătrunderii tehnologiei în interior, proces care ar trebui susținut și abordat pozitiv, nu restricționat.

În general, tinerii dau dovadă, în argumentele expuse, de atitudine critică față de sine, conștientizând uneori folosirea excesivă (Citatul 38.11, Citatul 38.12), dar consideră că este în responsabilitatea lor să controleze acest lucru, pledând pentru liberul arbitru. În Citatul 38.12 se pledează pentru stabilirea în mod individual a alocării atenției la clasă în funcție de importanța pe care o acordă respondentul respectivei materii; la fel în Citatul 38.15, Citatul 38.17 și în Citatul 38.13 (care se referă deja la context universitar).

Pledoaria pentru libertatea de decizie a tinerilor în ceea ce privește folosirea dispozitivelor proprii în școală se sprijină uneori pe necesitatea educației în acest sens (Citatul 38.11). În lipsa acesteia, o respondentă (Citatul 38.8) pune în termeni etici folosirea excesivă a telefoanelor mobile, denunțând desensibilizarea și folosirea ne-etică a telefoanelor în cadrul școlii. Această folosire ne-etică apare nu doar între elevi, ci este resimțită uneori și la nivelul profesorilor, Citatul 38.12 denotând o intruziune ne-etică (cel puțin resimțită ca atare de respondent) a profesorului între elevi.

Argumentele pentru limitarea internetului în școală sunt mult mai puțin elaborate față de cele împotriva acestei limitări și se bazează în general pe:

1. Faptul că aceste dispozitive și tehnologia din spatele lor este consumatoare de timp (Citatul 38.18);
2. Că duce la distragerea atenției (așa cum foarte succint este menționat în Citatul 38.19 sau cum apare în Citatul 38.22);
3. Problemele legate de consumul excesiv (puse chiar în termeni de dependență în Citatul 38.28), nelimitarea accesului fiind de multe ori tradusă prin încurajarea consumului excesiv (Citatul 38.20);
4. Problemele comportamentale cu care este asociată folosirea telefonului mobil (Citatul 38.27);
5. Probleme de relaționare (Citatul 38.28 sau Citatul 38.21) şi
6. Probleme de sănătate (Citatul 38.20).

Citatul 38.18. "Ocupă prea mult timp." (băiat, 17 ani, rural)

Citatul 38.19. "Distragerea atenției." (băiat, 17 ani, rural)

Citatul 38.20. "Ce este prea mult strică. Atât fizic(vederea spre exemplu) cât și situația stării comportamentale." (fată, 17 ani, rural)

Citatul 38.21. "Dacă am sta non stop pe telefon, viața noastră ar aparține oarecum vieții virtuale, să stai cu un coleg în bancă și tu să vorbești iar el să fie 99% concentrat la ce a postat, de ex." (băiat, 16 ani, rural)

Citatul 38.22. "Pentru că mulți elevi stau în timpul orelor pe telefoane în loc să fie atenți la oră, în timpul testelor pot folosi telefonul să copieze și pot face poze ce pot afecta reputația școlii." (băiat, 14 ani, urban)

Citatul 38.23. "În opinia mea, ar trebui să se limiteze accesul la telefoanele mobile, dar nu și la internet. Internetul este foarte util în timpul cursurilor deoarece se pot găsi diferite informații folositoare." (băiat, 15 ani, urban)

Citatul 38.24. "Ar trebui limitat accesul (în timpul orelor de curs), deoarece, din păcate, în școlile românești, elevii nu sunt suficient de atrași de oră, astfel încât să nu apeleze la folosirea telefoanelor mobile, respectiv a internetului pentru a nu se plictisi, dar ratează astfel faptul de a învăța ceva ce le-ar putea fi de folos mai târziu." (băiat, 17 ani, urban)

Citatul 38.25. "Deoarece nimeni nu respectă regulile de a nu se folosi telefonul mobil sau internetul." (fată, 17 ani, rural)

Citatul 38.26. "Deoarece, majoritatea elevilor folosesc internetul în scopuri rele." (băiat, 16 ani, urban)

Citatul 38.27 "Deoarece internetul neliniștește copii/adolescenții." (băiat, 14 ani, urban)

Citatul 38.28. "De cele mai multe ori, folosirea internetului ne creează dependență, lucru care trebuie combătut prin utilizarea cât mai rară a acestuia, în situațiile în care ne este de folos. Din nefericire o mare parte a oamenilor își ocupă mult prea mult timpul stând în fața unui ecran (PC, smartphone, TV etc), lucru care poate duce la schimbarea negativă a relațiilor dintre noi." (băiat, 18, rural)

Citatul 38.29. "Deoarece elevii pot înțelege această libertate de a-l folosi în mod eronat și devin dependenți." (fată, 17 ani, rural)

Citatul 38.30. "Ar trebui să se limiteze deoarece este mai important să învățăm lucruri spuse prin viu grai, și nu de pe internet." (băiat, 16 ani, rural)

Din citatele de mai sus se poate vedea că unii tineri susțin interzicerea pentru că asociază folosirea telefoanelor mobile personale în școală cu comportamentele problematice (Citatul 38.26), cum ar fi copiatul sau fotografierea și publicarea fotografiilor posibil denigratoare (sau considerate ca atare de respondent) la adresa școlii, ambele în Citatul 38.22.

De multe ori, chiar și tinerii care sunt pentru limitare văd folosirea telefonului mobil în şcoală ca pe o soluție de moment a școlii românești actuale, unde actul educațional nu este de cea mai bună calitate. Astfel, unii dintre cei pro-limitare nu blamează elevul, ci vor să-l protejeze de un rău mai mare pe viitor (faptul de a fi lipsit de educație, Citatul 38.24). Alteori, soluția interzicerii totale se datorează argumentului pragmatic că limitările parțiale care sunt la acest moment sunt nerespectate, o interzicere totală fiind considerată mai eficientă (Citatul 38.25).

În multe dintre argumentele în favoarea interzicerii transpar atitudini ideologice, cum ar fi abordarea protecționistă a tinerilor, în Citatul 38.29, sau superioritatea învățării "prin viu grai" față de cea mediată (în Citatul 38.30).

În fine, o serie de argumente conțin o doză de ambiguitate, în măsura în care argumentează pe o poziție opusă față de cea exprimată în răspunsul la întrebarea precedentă. Acesta este cazul răspunsului din Citatul 38.31, în care, după ce respondentul se pronunță pentru interzicerea telefonului mobil în școală, observă că ar putea fi nevoie de el – sau în Citatul 38.32 ori în Citatul 38.23, în care se precizează că ar trebui permisă folosirea în scopuri educative. Alteori, abordarea este mai complexă, ca în cazul Citatului 38.33, care, după ce oferă argumentele pentru interzicere, recunoaște că folosirea telefoanelor mobile este utilă în anumite contexte. Alt argument complex este Citatul 38.34, care pune în balanță beneficiile versus problemele pe care le presupune folosirea telefonului mobil la școală, optând în final pentru o "anumită limită".

Citatul 38.31. "Mai avem nevoie la clasă." (fată, 18 ani, rural)

Citatul 38.32. "Folosirea internetului este folositoare și facilitează munca elevilor dar aceasta trebuie restricționată pentru uzul pentru educație." (fată, 16 ani, urban)

Citatul 38.33. "Cred acest lucru, deoarece în pauze toți stau doar pe telefon, nu discută cu ceilalți colegi, și nu se mai concentrează asupra școlii. Nu cred că telefoanele ar trebui interzise pentru totdeauna în școli, deoarece sunt elevi care fac naveta, și au nevoie de telefon pentru a-și suna părinții, sau părinții pe aceștia dacă, de exemplu, cumva pierd autobuzul, sau li se face rău în timpul orelor. Și eu sunt în aceeași situație, stau în mediul rural. Mulțumesc!" (fată, 15 ani, rural)

Citatul 38.34. "Consider că folosirea internetului și a telefoanelor mobile în cadrul școlii ar trebui să fie limitată la un anumit scop educativ. În primul rând, folosirea internetului și a telefoanelor mobile pot aduce schimbări benefice în relația elev-profesor, deoarece ar implica o apropiere a generațiilor și ar face ca elevii să fie mult mai deschiși față de îndrumătorii lor. În al doilea rând, reversul medaliei ar putea produce neatenția elevilor la orele de curs, de aceea sunt de părere că o anumita limită ar trebui să fie subliniată foarte clar." (fată, 18 ani, urban).

Din toate cele trei poziții exprimate de tineri și analizate mai sus, remarcăm o poziție critică a acestora față de dispozitiv - ca obiect fizic -, de rețeaua de internet - cu posibilitățile și riscurile ei - și de contextul social de utilizare. De asemenea, remarcăm senzația de siguranță și de conectivitate pe care telefonul le-o oferă. Ne putem întreba (retoric) de ce școala nu reușește să le ofere o astfel de senzație de siguranță (de exemplu, să știe că oricând pot vorbi cu profesorii/ direcțiunea dacă au o problemă și aceștia să informeze părinții sau să rezolve la nivelul școlii). În fine, ultimul lucru asupra căruia atragem atenția este nevoia tinerilor de a fi responsabilizați în decizia de utilizare a dispozitivelor la școală în funcție de eficiența educațională a acestei folosiri și nu strict după criterii formale de spațiu/timp.

8. Concluzii

În continuare, vom prezenta în rezumat cele mai importante rezultate ale cercetării, urmând structura raportului.

8.1 Acces și utilizări

- Datele confirmă că suntem în era mobilității, smartphone-ul fiind, de departe, cel mai utilizat dispozitiv de pe care tinerii accesează internetul și cel de pe care accesează internetul pentru perioadele cele mai lungi (peste 6 ore); tableta este absentă aproape în totalitate (Tabelul 1 și Tabelul 2).
- Fetele sunt mai înclinate să folosească internetul pornind doar de la smartphone; deși smartphone-ul rămâne și pentru băieți dispozitivul principal, aceștia folosesc în mai mare măsură și calculatorul de birou sau laptopul pentru accesarea internetului (vezi Tabelul 3, Tabelul 5 și Tabelul 6). Acest lucru poate fi explicat prin faptul că mai mulți băieți decât fete sunt angrenați în jocuri pe calculator, utilizând de cele mai multe ori un calculator și nu un dispozitiv mobil. Folosirea exclusivă a anumitor dispozitive în defavoarea altora poate avea influență asupra activităților desfășurate de către tineri, limitându-le uneori oportunitățile de folosire (în special în ceea ce privește activitățile creative).
- În ceea ce privește timpul petrecut în fața ecranelor, cei mai mulți tineri se declară satisfăcuți de durata acestuia, dar o proporție de 3 din 10 consideră că timpul petrecut în fața ecranului este mai mare decât și-ar dori (Tabelul 7). Percepția părinților, așa cum o raportează tinerii, asupra acestui aspect este diferită (Tabelul 8), aproape 6 din 10 considerând că timpul petrecut de tineri în fața ecranelor este excesiv.
- Cele mai frecvente activități online zilnice (Tabelul 9) sunt cele de comunicare (realizată de aproape toți tinerii) și divertisment (e.g. ascultatul muzicii); mai mult de 6 din 10 tineri au zilnic activități de căutare de informații online (dintre care, cel mai frecvent, tinerii caută informații pe teme de interes personal) și mai puțin de 4 din 10 contribuie, sub o formă sau alta, la creare de conținut online.
- Așa cum au arătat-o și alte cercetări, platformele online de socializare fac parte din viața tinerilor. Aproape toți tinerii intervievați folosesc Youtube și Facebook (mai mult de 9 din 10), urmate de platformele specializate în publicare de fotografii și în comunicare (Figura 2).

8.2 Competențele digitale

În ceea ce privește modul cum își evaluează tinerii din România nivelul de competențe digitale, cei mai mulți (7 din 10) se plasează la nivel mediu și un sfert se consideră mai pricepuți decât colegii de aceeași vârstă (Tabelul 17).

Competențele digitale cele mai răspândite (mai mult de 8 din 10) sunt cele care țin de siguranța pe internet în utilizarea platformelor online de socializare (Tabelul 19), competențele digitale de tip creativ fiind deținute în mult mai mică proporție (Tabelul 20).

8.3 Informația și raportarea la ea

În propriile cuvinte, pentru tineri "a fi informat" reprezintă în general o valoare pozitivă (este un lucru "important", "vital", "bun"), care implică un volum mare ("să știi mult", "să cunoști totul"), în situații generale ("să înțelegi lumea în care trăiești") sau specifice ("ca să susții o conversație"), cu valoare instrumentală ("te va ajuta în...") sau ca valoare în sine ("pentru cultura generală").

Încrederea tinerilor în gradul lor de informare, prin raportare la colegii și prietenii de aceeași vârstă, variază mult în funcție de domenii. Astfel, cei mai mulți respondenți se consideră la nivel mediu de informare în ceea ce privește subiectele de interes pentru adolescenți și cele legate de lumea mondenă, în timp ce despre subiecte de politică internă, externă și despre sport, cei mai mulți tineri se consideră mai puțin informați decât colegii lor (Tabelul 22).

Cei mai mulți tineri au căutat online în ultima lună informații profesionale (pentru școală sau pentru munca pe care o fac), urmate de informații despre filme sau muzică lansate recent; informații implicând aspecte civice sau sociale au fost căutate de mai puțin de 3 din 10 respondenți în aceeași perioadă de timp (Tabelul 27).

5% dintre tineri nu au căutat deloc online informații în luna anterioară.

Cei mai mulți tineri își iau zilnic informația de pe platformele de socializare (9 din 10), în timp ce 5 din 10 își iau informația de la televizor și tot 5 din 10 de pe alte site-uri din online. Radioul și presa scrisă sunt media folosite de cei mai puțini dintre respondenți (mai puțini de 2 din 10 le folosesc zilnic pentru a se informa) (Tabelul 30).

Tinerii (mai mult de 8 din 10) valorizează încă discuțiile interpersonale nemediate și le consideră ca fiind o sursă de informare. Discuțiile cu prietenii, părinții și profesorii îi ajută pe tineri să afle lucruri noi, așa cum o arată Tabelul 33.

Elementele pe care tinerii le iau în considerare atunci când evaluează o informație pentru a decide câtă încredere să îi acorde (Tabelul 34) sunt (pentru 7 din 10): faptul că informația este prezentată clar și ușor de înțeles, faptul că au citit-o sau auzit-o dintr-o sursă în care au încredere, faptul că informația este coerentă sau confirmă

propriile lor credințe sau cunoștințe despre respectivul subiect și faptul că informațiile sunt actuale.

- Dintre toate tipurile de canale de pe care informația poate fi aflată, internetul este cel care le dă cea mai mare încredere tinerilor în informația respectivă, urmat de televizor, ziar, radio și revistă (Tabelul 36).
- Deși creditează internetul, tinerii știu că nu pot avea încredere în toate informațiile care apar pe internet, mai mult de 3 din 4 înțelegând că unele dintre site-urile listate de motoarele de căutare pot conține informații parțiale sau incorecte (Tabelul 43).
- Deși internetul este pentru ei una dintre sursele majore de informații, tinerii nu discern între diferitele forme de informaii pe care le receptează. Cei mai mulți dintre ei nu pot să identifice site-urile promovate sau sponsorizate afișate de Google ca prime opțiuni la o căutare, oferind alte motive pentru care ele sunt listate primele (Tabelul 44), doar 4 din 10 identificându-le ca fiind reclame.

8.4 Comportamentul participativ în mediul online

- Puțini dintre tinerii respondenți fac trecerea de la consum de informații online la participare online. Astfel, deși 7 din 10 caută articole online pentru un subiect care îi interesează (Tabelul 47), 1 din 2 spune că nu obișnuiește să distribuie articole în rețelele sociale online pe care are un cont activ, iar 2 din 10 spun că nici nu distribuie, nici nu dau 'like' articolelor online.
- Un tânăr din 4 distribuie articole în rețea fără nicio verificare prealabilă a credibilității sau actualității acestora (Tabelul 46).
- Doi tineri din 10 verifică informația înainte de a o distribui în rețea doar dacă au vreo suspiciune, mai puțin de 2 din 10 verificând actualitatea informației, cui aparține site-ul, unde au găsit informația sau cine este autorul acesteia (Tabelul 47).
- Cel mai frecvent mod de a se raporta participativ la un articol pe care l-au citit în online și care i-a impresionat (Tabelul 49) este prin discutarea acestuia cu prietenii sau rudele în relație față în față (2 din 10), urmat de like sau share și în foarte mică măsură, de implicarea în discuțiile online prin comentarii (în jur de 5%).

8.5 Folosirea internetului în context școlar

- Doar 5% dintre respondenți declară că nu au folosit deloc internetul pentru școală în ultima săptămână, în timp ce 3 din 10 declară că l-au folosit zilnic (Tabelul 52). Cu toate acestea, 6 din 10 spun că puțini sau niciun profesor nu i-au încurajat să folosească internetul pentru școală (Tabelul 50).
- Despre folosirea internetului la școală, pentru sarcini în clasă, 2 din 10 respondenți declară că nu au folosit deloc în ultima săptămână și unul din 10 că l-a folosit zilnic (Tabelul 52).
- Jumătate dintre respondenți afirmă că în școală există o rețea WiFi la care însă elevii nu au acces (Tabelul 54), 12% spunând că elevii au voie să folosească rețeaua wireless a școlii, dar cu anumite restricții și 10% spunând că au voie să o folosească nelimitat.
- În ceea ce privește strategiile de mediere pe care profesorii le folosesc pentru folosirea internetului de către tineri, 57% spun că au existat cazuri în care un profesor le-a cerut să folosească conexiunea la internet pentru diferite sarcini în clasă, 4 din 10 spun că profesorii le-au vorbit despre siguranța pe internet și tot 4 din 10 declară că profesorii le-au explicat de ce unele site-uri sunt bune și unele nu.
- Cele mai puțin frecvente strategii de mediere (declarate de mai puțin de 2 din 10 dintre respondenți) sunt stabilirea de reguli despre ce au voie să facă pe internet în cadrul școlii, prezentarea de modalități concrete de comportament în cazul unei situații neplăcute pe internet (ce ar trebui să facă în acest caz) și, cu doar 6% menționări, ajutor concret în situație post-risc (Tabelul 55). Acest procent mic nu trebuie interpretat automat ca o neimplicare a profesorilor într-o posibilă situație neplăcută prin care tinerii au trecut, ci poate să însemne și că tinerii nu au apelat la profesori în astfel de situații (poate din neîncredere, poate ca urmare a faptului că au preferat alt adult semnificativ căruia să îi ceară ajutorul și, într-o perspectivă mai optimistă, poate să însemne și că puțini tineri au ajuns într-o astfel de situație.
- În contextul dezbaterilor din spațiul public despre interzicerea folosirii telefonului mobil (și implicit a conexiunii la internet a acestuia) de către elevi în spațiul școlii, 3 din 4 respondenți au fost împotrivă și un sfert și-au exprimat acordul pentru această reglementare (Tabelul 56), fiecare dintre “tabere”argumentând opțiunea.

Toate aceste rezultate trebuie înțelese strict în limitele în care au fost puse întrebările, explicațiile acestora putând fi de găsit în urma unor cercetări mai aprofundate de natură calitativă, sau prin analize statistice mai complexe.

8.6 Posibile direcții de politici publice

După cum precizam în introducerea studiului, unul dintre scopurile sale era acela de a furniza o bază factuală pentru eventuale politici publice care să ducă spre o educație mai adecvată nevoilor și preocupărilor tinerilor. Citirea transversală a datelor furnizate de prezentul studiu evidențiază câteva tendințe care pot constitui punct de plecare pentru formularea de politici publice.

O primă astfel de constatare este că nu există diferențe majore în obiceiurile de consum informațional și de utilizare a tehnologiei între tinerii din urban și cei din rural. Deși condițiile de trai, dotările și acoperirea cu personal didactic pot diferi între cele două medii, tinerii sunt la fel de conectați la tehnologia informației, în special prin intermediul telefonului mobil. Diferă însă competențele lor digitale și încrederea în propriile competențe (care poate modela comportamentul online).

Diferă, de asemenea, gradul de satisfacție cu timpul petrecut online - tinerii din mediul rural dorindu-și mai mult timp. Remarcabil, sprijinul părinților din mediul rural pentru utilizarea internetului pare mai mare decât al celor din mediul urban, cifrele arătând că mai mulți părinți din rural și-ar dori ca fiii și fiicele lor să petreacă mai mult timp online. Putem vedea în această atitudine favorabilă față de internet un indiciu al percepției că acesta poate funcționa ca "vehicul social", asigurând o mai bună conectivitate a mediului rural cu restul țării.

Propunere: Derularea de programe de educație media și digitală în mediul rural, atât pentru elevi, cât și pentru adulți. Creșterea rolului tehnologiei la clasă, ca factor egalizator de competențe, încredere și, în cele din urmă, de șanse.

Diferențele de obiceiuri de consum și competențe sunt mai semnificative între fete și băieți, deși accesul la dispozitive și utilizarea lor sunt aproape aceleași. Fetele se evaluează mai modest în raport cu colegele și colegii lor, ceea ce nu înseamnă neapărat că performanțele lor sunt mai modeste. De asemenea, fetele utilizează tehnologia mai ales pentru comunicări interpersonale și cu o contribuție de creativitate mai mică. Remarcabil, fetele par mai preocupate de siguranța pe internet, optând mai degrabă pentru protecție proprie decât pentru acțiuni proactive de reclamare a autorilor abuzurilor.

Propunere: Implicarea mai mare a fetelor în activități de dezvoltare a competențelor digitale, în special în domeniul creării de conținut.

O altă constatare este cantonarea intereselor de informare ale tinerilor în temele legate de școală și cele legate de divertisment (filme, muzică, vedete). Mai puțin de o treime dintre respondenți au declarat un interes pentru temele sociale sau politice.

Deși putem accepta că temele sociale și politice nu sunt în centrul universului vieții adolescenților, o posibilă "detașare" a lor de ceea ace constituie agenda publică poate stârni îngrijorare.

O a patra constatare, conexă celei anterioare, se referă la rolul scăzut pe care îl joacă "media tradiționale" (televiziune, radio, publicații tipărite) în obișnuințele de consum mediatic ale tinerilor. În particular, radioul și presa scrisă (în format tipărit) sunt în marcantă pierdere de formă. O parte din explicație rezidă în evoluțiile tehnologice, în apetența și accesul facil la internet. O parte la fel de importantă a explicației derivă, însă, din lipsa de oferte informaționale pentru adolescenți și tineri din partea media tradiționale.

Propunere: Identificarea și promovarea de activități care să aducă "agenda publică" mai aproape de interesele tinerilor, pe canalele pe care aceștia le frecventează deja (inclusiv rețele sociale).

O a cincea constatare este legată de prezența online a tinerilor și de competențele lor în utilizarea responsabilă și creativă a potențialului acestora. Cifrele indică un grad scăzut de discernământ în ceea ce privește evaluarea credibilității surselor. Majoritatea tinerilor creditează știri care sunt "ușor de înțeles" sau care le confirmă credințele anterioare - acestea fiind și două dintre mecanismele principale ale dezinformării. Ei dau crezare informațiilor provenite din "surse de încredere", fără ca presa profesionistă, media tradiționale să se numere printre acestea. Pe de altă parte, aproape jumătate dintre tinerii intervievați nu obișnuiesc să distribuie articole online și doar unul din patru dă share / distribuie un articol online fără nicio verificare prealabilă. Astfel, tinerii se lansează doar în poziția de spectatori pasivi la conversația din agora digitală, un soi de escapism digital în zone mai puțin controversate (cum ar fi Instagram, de exemplu).

Propunere: Promovarea educației media în școli, care să pună accentul pe dezvoltarea gândirii critice, pe capacitatea de a discerne informarea de dezinformare, stimulând totodată participarea la "conversația publică", inclusiv prin intermediul rețelelor sociale.

O a șasea și ultimă constatare este diferența majoră de atitudine a tinerilor și a școlii în ceea ce privește utilizarea internetului. Dacă pentru tineri internetul, mediul online în general, este "acasă", școala îl percepe în continuare ca pe o tulburare, dacă nu ca pe un inamic al procesului educațional. Este copleșitor procentajul respondenților care afirmă că nu au acces la o rețea de wi-fi la ei în școală (70%). În cea mai mare parte a cazurilor, școala are o astfel de rețea, dar elevii nu au acces la ea - ceea ce sfidează

orice logică. În plus, o parte dintre profesori nu îi încurajează pe copii să utilizeze internetul în scopuri educaționale. Politicile școlare de interzicere a utilizării telefoanelor mobile în școală sunt prost privite de către beneficiarii direcți (elevii), venind împotriva obișnuințelor lor curente și, de aceea, vor fi imposibil de implementat.

Propunere: Adoptarea unei politici educaționale care să îmbrățișeze cu sinceritate mediul digital, care să îl încorporeze organic în procesul educațional, care să țină seama de practicile curente și de nevoile de dezvoltare ale elevilor. O astfel de politică trebuie să vizeze atât partea de infrastructură (rețelele wi-fi din școli), cât și resursa umană (pregătirea profesorilor, dezvoltarea de competențe digitale atât legate de disciplina predată, cât și în tehnicile de predare).

9. Lista tabelelor

Tabelul 1: Cel mai utilizat dispozitiv pentru a accesa internetul 5
Tabelul 2: Durata de utilizare a diferitelor dispozitive pentru accesarea internetului 6
Tabelul 3: Durata de utilizare a smartphone-ului pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediul de rezidență și vârstă 7
Tabelul 4: Durata de utilizare a tabletei pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 8
Tabelul 5: Durata de utilizare a laptopului pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 9
Tabelul 6: Durata de utilizare a computerului de birou pentru accesarea internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 10
Tabelul 7: Satisfacția cu durata de folosire a ecranului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 12
Tabelul 8: Satisfacția părinților cu timpul de folosire al ecranului de către respondenți, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 13
Tabelul 9: Activitățile zilnice pe care tinerii le desfășoară pe internet 15
Tabelul 10: Activități de informare practicate în mod zilnic, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 17
Tabelul 11: Frecvența cu care sunt practicate activitățile de informare în mediul online 18
Tabelul 12: Frecvența cu care sunt practicate unele activități participative în mediul online 19
Tabelul 13: Platforma media sau de socializare preferată în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 23
Tabelul 14: Activitatea principală pentru care tinerii intră pe platforma media sau de socializare online preferată 24
Tabelul 15: Activitatea principală pentru care intră pe Facebook 25
Tabelul 16: Activitatea principală pentru care intră pe Instagram 26
Tabelul 17: Auto-percepția asupra nivelului de competențe digitale, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 29
Tabelul 18: Deținerea diferitelor competențe digitale specifice; rezultate generale 30
Tabelul 19: Deținerea de competențe de utilizare în siguranță a internetului, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 31
Tabelul 20: Deținerea de competențe digitale creative, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 32

Tabelul 21: Nivelul de informare al tinerilor pe diferite subiecte 38
Tabelul 22: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de interes pentru adolescenți, în funcție de gen, mediu de rezidență, vârstă 39
Tabelul 23: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de politică internă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 40
Tabelul 24: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte de politică externă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 41
Tabelul 25: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte legate de lumea mondenă, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 42
Tabelul 26: Nivelul de informare al tinerilor pe subiecte din sport, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 43
Tabelul 27: Domeniile în care tinerii au căutat informații în ultima lună, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 44
Tabelul 28: Distribuția în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă a celor care nu au căutat nicio informație online în ultima lună 46
Tabelul 29: Frecvența consultării diferitelor media în vederea informării 47
Tabelul 30: Tipurile de media consultate zilnic în vederea informării, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 48
Tabelul 31: Distribuția în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă a celor care nu consultă niciodată diferite tipuri de media în vederea informării 49
Tabelul 32: Numărul de tipuri de media consultate zilnic în vederea informării, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 50
Tabelul 33: Informarea în urma comunicării interpersonale, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 51
Tabelul 34: Importanța acordată diferitelor aspecte în decizia de a credita o anumită informație 53
Tabelul 35: Importanța canalului în decizia de a credita o informație 54
Tabelul 36: Importanța canalului în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 55
Tabelul 37: Importanța elementului familiar în decizia de a credita o informație 56
Tabelul 38: Importanța elementului de familiaritate în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 57
Tabelul 39: Importanța diferitelor aspecte jurnalistice în decizia de a credita o informație 58
Tabelul 40: Importanța diferitelor aspecte jurnalistice în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 59

Tabelul 41: Importanța sursei în decizia de a credita o informație 60
Tabelul 42: importanța sursei în decizia de a credita o informație, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 61
Tabelul 43: Percepția tinerilor asupra obiectivității site-urilor listate de motoarele de căutare 62
Tabelul 44: Testarea cunoștințelor de educație media, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 64
Tabelul 45: Cei care distribuie articolele din online fără nicio verificare prealabilă și cei care nu distribuie deloc articole online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 66
Tabelul 46: Acțiunile de verificare a informației înainte de a o distribui pe o rețea de socializare online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 67
Tabelul 47: Comportamentele de informare și participare online ale tinerilor atunci când sunt interesați de un subiect, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 68
Tabelul 48: Care sunt articolele pe care tinerii le distribuie atunci când sunt interesați de un subiect, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 69
Tabelul 49: Participarea tinerilor în mediul online sau offline pe baza unor informații găsite online, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 70
Tabelul 50: Rolul profesorilor în încurajarea tinerilor de a folosi internetul pentru școală, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 72
Tabelul 51: Folosirea internetului în context școlar în ultima săptămână 73
Tabelul 52: Folosirea zilnică a internetului în context școlar, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 74
Tabelul 53: Lipsa de folosire a internetului în context școlar, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 75
Tabelul 54: Existența unei rețele WiFi în școală și accesul elevilor la ea, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 76
Tabelul 55: Medierea profesorală a folosirii internetului de către tineri 77
Tabelul 56: Acordul tinerilor pentru limitarea folosirii telefoanelor mobile în școală, în funcție de gen, mediu de rezidență și vârstă 78

10. Lista figurilor

Figura 1: Platformele media sau sociale cunoscute 20

Figura 2: Platformele media și sociale folosite 21

Figura 3: Cea mai folosită platforma media sau socială 22

Figura 4: Analiza cloud a răspunsurilor deschise primite la întrebarea Q14. "Ce înseamnă pentru tine să fii informat?" 34

Figura 5: Imagine folosită în cadrul chestionarului pentru a testa cunoașterea de către tineri a site-urilor sponsorizate afișate de motorul de căutare Google 63

Figura 6: Privire de ansamblu realizată prin analiză de tip cloud asupra argumentelor în favoarea opiniei exprimate de tineri cu privire la limitarea folosirii telefonului mobil în școală 80

11. Bibliografie

- Byrne, J. & Burton, P. (2017) Children as Internet users: how can evidence better inform policy debate?, Journal of Cyber Policy, 2:1, 39-52, DOI:10.1080/23738871.2017.1291698
- Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842
- Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143–1168. http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- European Schoolnet (2015). BYOD for Schools: Technical advice for school leaders and IT administrators
- Haddon, L. and Vincent, J. (eds.) (2014)., European children and their carers' understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media. Report D4.1. (Milano:Unicatt),
- Jones, L. M. and Mitchell, K.J. (2015) Defining and measuring youth digital citizenship. New Media & Society. Vol 18, Issue 9, pp. 2063 – 2079, https://doi.org/10.1177/1461444815577797
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). Digital Literacies. Peter Lang.

- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., and Ólafsson, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online. Velicu, A., Mascheroni, G. și Ólafsson, K. (2014). Riscuri și oportunități în folosirea internetului mobil de către copiii din România. Raportul proiectului Net Children Go Mobile. București: Ars Docendi.
- Mascheroni, G. and Ólafsson, K. (2014)., Net Children Go Mobile: risks and opportunities. Second Edition. (Milano:Educatt),
- McLean, K. J. (2016). The Implementation of Bring Your Own Device (BYOD) in Primary [Elementary] Schools. Frontiers in Psychology, 7, 1739. http://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01739
- Parsons D și Adhikari J. (2016). "Bring Your Own Device to Secondary School: The Perceptions of Teachers, Students and Parents" The Electronic Journal of e-Learning Volume 14 Issue 1, (pp. 66-80) disponibil online la www.ejel.org
- Peter J. & Valkenburg P. M. (2006)., Adolescents' Internet Use: Testing the 'disappearing Digital Divide' Versus the 'emerging Digital Differentiation' Approach. Poetics, 34(4-5):293- 305,
- Prout, A. (2008). Culture-nature and the construction of childhood. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), The international handbook of children, media and culture (pp. 21-35). London: Sage.
- Smahel, D., & Wright, M. F. (Eds.). (2014). The meaning of online problematic situations for children (pp. 1–171). London: EU kids Online, London School of Economics and Political Science.
- Sonck, N., Kuiper, E., & de Haan, J. (2012). Digital skills in the context of media literacy. In S. Livingstone, L. Haddon, & A. Görzig (Eds.), Children, risk and safety on the internet. Research and policy challenges in comparative perspective (pp. 87–98). The Policy Press Bristol
- Tokes, G. & Velicu, A. (2015). Poveștile de dincolo de statistici: despre competențele digitale ale copiilor și adolescenților din România. Revista Română de Sociologie, 26(5-6)