

Internetul în viața adolescenților din București: acces, pattern-uri și competențe în utilizare

Simona ȘTEFĂNESCU, dr., cercetător științific,
Institutul de Sociologie al Academiei Române

Cadrul conceptual și teoretic

Recent, începând cu anii '90, internetul a revoluționat lumea comunicării așa cum nu a mai făcut-o nici un alt medium înainte, fiind diferit de toate formele de comunicare utilizate înainte. Pe parcursul ultimilor ani, specialiștii în științe sociale și în științele comunicării au realizat diferite abordări pentru conceptualizarea și analiza acestui nou medium. Potențialul acestuia de a schimba sistemele de comunicare tradiționale și media tradiționale a devenit un subiect de cercetare important în domeniul comunicării.

Termenul de *comunicare mediată de computer* este anterior dezvoltării fulminante a internetului din ultimii ani și a fost creat pentru a desemna noul tip de interacțiune mediată de computere. În anul 1995, J. Thompson, în lucrarea sa «Media și modernitatea», construind o tipologie a interacțiunilor dintre oameni, făcea distincția între interacțiunea față-în-față, cea mediată și interacțiunea cvasi-mediată. În termenii acestui autor, comunicarea mediată de computer împrumută atât elemente specifice comunicării interpersonale, față-în-față, cât și elemente ale comunicării cvasi-mEDIATE. Ca și comunicarea interpersonală, comunicarea mediată de computer este dialogală, însă, spre deosebire de interacțiunea mediată de telefon, ea poate fi, uneori, și monologală (în sensul unui feed-back incert), asemenea cvasi-interacțiunii mediate. Ca și comunicarea față-în-față, comunicarea mediată de computer se întemeiază, în unele din formele ei, pe cunoașterea datelor psihologice ale interlocutorilor, pe capacitatea de a explica reacțiile acestuia, ca și pe un set de reguli mai degrabă individuale sau grupale, decât pe un set de norme și reguli cu caracter social general. De asemenea, comunicarea mediată de computer implică *autodezvăluirea* (în termenii lui J. DeVito, 1988), cunoașterea lumii exterioare, relaționarea semnificativă cu alte ființe umane, persuadarea interlocutorilor, dar și un substrat ludic, toate acestea fiind, în același timp, obiective ale comunicării de tip interpersonal. Pe de altă parte, însă, comunicarea mediată de computer implică o separare de contexte și o disponibilitate extinsă în timp și spațiu, și poate fi orientată nu doar spre anumiți „alții”, ci și spre o gamă diversă și nelimitată de receptori, asemenea cvasi-comunicării mediate. Mai mult, comunicarea mediată de computer își dezvoltă propriile ei mecanisme și elemente: noi tipuri, specifice, de contexte, de indicii simbolice și de forme de dialog și dezbateri.

Studiul de față pornește de la perspectiva teoretică mai largă deschisă de antropologul V. Turner, conform căreia

lumile sociale sunt compuse din două modele paralele, aproape contrastante: societatea ca structură socială și societatea sub formă de comunități. Relațiile dintre cele două elemente de bază ale vieții umane, sociale și culturale, sunt mediate, conform autorului amintit, de „experiențele efemere ale liminalității”. Alte tradiții teoretice majore recunosc, de asemenea, aceste relații, reprezentând un cadru conceptual distinct și semnificativ în studiile în profunzime asupra internetului. În aceste perspective, internetul este un mediu natural al liminalității, un loc în care sinele și societatea trebuie făcute să co-existe într-un proces în care ambele se adaptează convențiilor medium-ului.

Pe de altă parte, cercetarea de față se înscrie în curentul mai larg al paradigmei constructiviste din științele sociale, în concepția căreia oamenii își construiesc propriile lor realități și identități sociale, prin intermediul interacțiunilor cu ceilalți și al așteptărilor culturale, dar în interiorul regulilor generale ale vieții sociale. În această perspectivă, în încercarea de a explica agenda utilizatorilor obișnuiți de internet în relație cu participarea lor în sistemele tehnologice, A. Feenberg (1991, 1999) formula „teoria critică a tehnologiei”, conform căreia aceste sisteme nu pot să definească exhaustiv condițiile de existență ale subiecților implicați în ele. Oamenii dau propriile lor interpretări și generează propriile lor aplicații la/ale sistemelor tehnologice, care uneori se abat de la scopurile lor inițiale. Acestea, spune Feenberg, nu sunt modificări iraționale, așa cum este posibil ca ideologia dominantă să le prezinte, ci mai degrabă reflectă o practică a raționalizării ale cărei origini pot fi găsite în seturile alternative de valori și interese. Pe această bază, utilizatorii, clienții și chiar „victimele” sistemelor tehnologice se angajează în a-și apropria creativ tehnologia, reformând-o, uneori, făcând-o mai umană și chiar mai democratică.

Pornind de la această perspectivă mai largă, M. Bakardjieva și R. Smith (2001) au introdus termenul de „procesul generativ al tehnologiei” pentru a caracteriza natura dialectică a tehnologiei, văzută ca sistem care nu doar că determină ce pot și ce nu pot să facă utilizatorii cu el, dar și ca sistem susceptibil de a fi transformat, în cadrul procesului social mai larg al utilizării tehnologiei de către oameni. Această viziune ne permite să vedem internetul, simultan, ca pe un sistem care determină ce pot și ce nu pot utilizatorii să facă, în virtutea unui design „dat”, dar și ca pe un sistem susceptibil de a fi schimbat în procesul utilizării sale. Aceiași autori vorbesc despre „genurile de comportament infime/mărunte” care apar ca urmare a unor situații tipice de utilizare – de la utilizarea în scop de *loisir* acasă, la

utilizarea în cadrul organizat, având ca scop munca – genuri care, însă, reprezintă, fiecare în parte, „fapte ale mediului social”, determinate de procesul mai larg al reproducerii sociale (Bakardjieva & Smith, 2001, p. 68).

Date fiind aceste premise, poate să apară – cu titlul de ipoteză, în acest stadiu al cercetărilor – ideea conform căreia utilizatorii de internet sunt, într-adevăr, o forță activă în „procesul generativ al tehnologiei”, dar nu la întâmplare și nici într-un mod voluntar. Situațiile socio-biografice tipice în care subiecții se regăsesc determină genuri infime/ mărunte de comportament, inclusiv genuri de utilizare a tehnologiei. În anumite condiții, genurile pot induce schimbări în tehnologia însăși. În orice caz, existența lor contribuie la crearea posibilităților pentru dezvoltarea tehnologiei în chestiune.

Dezvoltarea fără precedent a internetului a luat oarecum pe nepregătite cercetătorii din domeniul comunicării. Mai întâi, acești cercetători s-au confruntat cu dileme referitoare la însăși încadrarea sa în tipurile media, oscilând între comunicarea interpersonală și comunicarea de masă. După ce au rezolvat această dilemă și au căzut de acord că internetul este în primul rând un mijloc de comunicare în masă, dar și unul de comunicare interpersonală, și pentru care este specific, mai mult decât în cazul oricărui alt medium, conceptul de *interactivitate*, cercetătorii s-au văzut puși în situația unei absențe sau cel puțin a unei insuficiențe a conceptelor, teoriilor și modelelor prin intermediul cărora acest nou medium (dezvoltarea sa, adoptarea, utilizarea, efectele sale asupra oamenilor etc.), să poată fi înțeles și explicat. Deși unele dintre teoriile comunicării pot fi utilizate în studiul internetului, se simte în prezent nevoia dezvoltării unor noi concepte și modele teoretice prin care să fie interpretate evoluția, utilizările și efectele acestui nou medium. Nu mai puțin adevărat este faptul că, pentru un asemenea demers, este important să examinăm pattern-urile de cercetare de la un medium la altul, pentru a ne putea dezvolta noi direcții, mai eficiente, pentru cercetarea internetului în viitor.

Cu toate că în ultimii ani s-au făcut progrese în privința conceptualizării și analizei internetului, prin numeroase abordări din perspectiva științelor comunicării, sociologiei, psihologiei etc., în prezent dezvoltarea tehnologiei, a medium-ului, se află cu mult înaintea cercetării impactului său social.

Obiective și metodologie

Această lucrare prezintă o parte din rezultatele unei cercetări¹ care a avut ca obiective: identificarea măsurii în care adolescenții din România au acces la internet; identificarea pattern-urilor de utilizare a internetului și schițarea unui „tablou” al utilizărilor, inclusiv al locului „consumului” de internet în consumul general de mass media, pe de o parte, și în practicile de comunicare interpersonală, pe de altă parte; identificarea efectelor internetului asupra tinerilor; identificarea așteptărilor față de internet. Ceea ce ne interesează în lucrarea de față este identificarea accesului și practicilor de acces la internet ale adolescenților din

București, frecvența utilizării și conținuturile/ aplicațiile internetului folosite, respectiv competențele și dificultățile autopercepute de către tineri în utilizarea acestui mijloc de comunicare și informare.

Metodele la care am apelat au fost specifice atât cercetării calitative, cât și cercetării cantitative: interviurile în profunzime și ancheta sociologică. Prin metoda calitativă au fost intervievați 30 de subiecți, aleși în funcție de două condiții generale: a) să fie elevi de liceu; b) să fie utilizatori de internet. Cum atât cercetarea calitativă, cât și cea cantitativă au vizat² doar eșantioane de subiecți din București, la cele două criterii prezentate mai sus s-a adăugat și acela ca adolescenții intervievați să locuiască și să învețe la un liceu din București. Criteriile specifice în funcție de care au fost aleși subiecții au fost variabilele independente: gen, clasă (în sens de an de studiu) și profilul liceului la care sunt înscriși³. Interviurile au fost realizate în perioada martie-iunie 2007.

Ancheta sociologică a fost realizată asupra unui eșantion reprezentativ de adolescenți din București. Tehnica prin care am obținut eșantionul a fost eșantionarea stratificată. Schema de eșantionare a fost una complexă, presupunând un procedeu de eșantionare bistadială, conjugat cu operații de stratificare proporțională, selecție cluster și selecție aleatorie simplă, ca modalitate de selecție ultimă. „Universul cercetării” noastre sau populația de referință a fost constituită din adolescenții din București înscriși într-o formă de învățământ liceal. „Straturile” după care am realizat eșantionarea au fost: „forma de învățământ” (liceu, cu variantele zi, seral și frecvență redusă, respectiv SAM – școală de arte și meserii); „clasa” – în sensul de „an de studiu” (cu cinci categorii sau sub-straturi: a IX-a, a X-a, a XI-a, a XII-a și a XIII-a), respectiv „profilul” (cu opt tipuri sau sub-straturi: uman, real, informatic, tehnic, economic, artistic, sportiv și teologic). Liceele din cadrul cărora au fost selectați elevii incluși în eșantion, clasele (aici în sensul de clase paralele – A, B, C, D etc.) din care a fost ales numărul corespunzător de elevi, ca și elevii incluși în anchetă, au fost selectate/ selectați prin alocare aleatoare/ probabilistă. Ancheta de teren s-a desfășurat în noiembrie 2007, în 60 de licee din București⁴, iar volumul eșantionului final a fost de 1008 subiecți.

Frecvența utilizării și accesul la internet al adolescenților

Rezultatele cercetării noastre, atât calitative cât și cantitative, ne arată că adolescenții sunt mari „consumatori” de internet. Cu o singură excepție, toți tinerii intervievați în profunzime utilizează zilnic internetul, iar ancheta sociologică ne-a relevat că mai mult de 75% dintre adolescenți accesează internetul în fiecare zi:

Așadar, mai mult de trei sferturi dintre adolescenții bucureșteni (75,8%) utilizează internetul zilnic. Aceștia sunt urmați de un procent de aproape 17% care, deși nu utilizează zilnic, totuși cel puțin o dată pe săptămână folosesc noul medium. Din acest procent de 17% cei mai mulți (8,8%)

Frecvența utilizării internetului (procente)

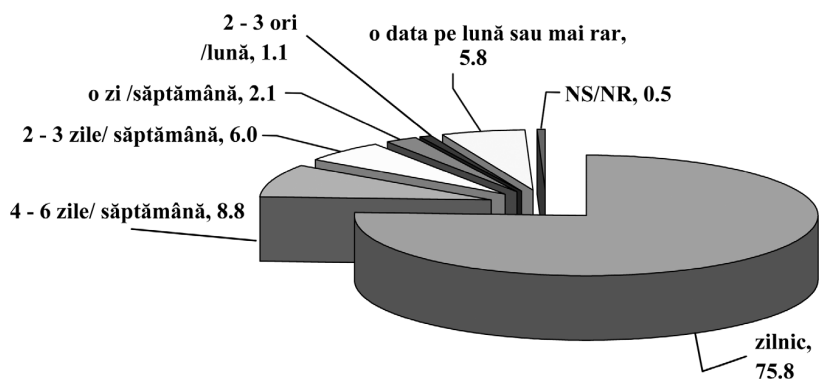


Figura 1: Frecvența utilizării internetului de către adolescenți.

intră pe internet, într-o săptămână, de 4-6 ori. Un procent de 6% din adolescenți accesează internetul de 2-3 ori pe săptămână, iar 2,1% o dată pe săptămână. Procentul celor care utilizează mai rar internetul este de aproape 7%: 1,1% îl folosesc de 2-3 ori pe lună, iar restul, de 5,8%, sunt utilizatori sporadici, utilizându-l o dată pe lună sau mai rar.

Toți cei 30 de tineri intervievați accesează internetul de acasă; „acasă” este principalul loc al utilizării internetului, iar de multe ori, singurul loc. În unele cazuri mai apar specificate, ca locații de acces la internet, prietenii și sălile de internet. școala apare de foarte puține ori ca locație de acces a internetului. Oricum, atunci când subiecții declară că intră, uneori, de la școală pe internet, niciodată acest lucru nu este făcut în scopuri educative (adică internetul nu este folosit pentru a învăța ceva sau pentru a ajuta cu ceva procesul educativ la școală). Din contră, folosirea internetului la școală apare mai mult ca o acțiune ilicită, în timpul pauzelor, sau la sfârșitul orelor de informatică, atunci când procesul educativ este deja încheiat. Iar atunci când elevii accesează internetul la școală ei nu o fac în scopuri educative, ci pentru comunicare (în principal pentru verificarea poștei electronice, a email-urilor, sau a mesajelor primite pe diferite site-uri).

Oana (clasa a XI-a, profil real):

„La școală doar în pauze, dacă ne lasă doamnele profesoare. [Din clasă?] Nu, la laboratorul de informatică, dacă ne lasă să intrăm în laborator, în pauză, în cele 10 minute de pauză, poate să ne lase pe internet și facem ce vrem. [și preferi să intri în acele 10 minute pe internet?] Nu. Sincer, 10 minute mi se par foarte puține pentru ceea ce te interesează să faci pe internet. Oricum, nu faci mare lucru în 10 minute”.

În schimb, „acasă” toți subiecții intervievați utilizează internetul – unii dintre ei, numai acasă. Intervievații utilizează *singuri* internetul; a-l utiliza împreună cu cineva

este doar o excepție, nu o practică. Excepțiile sunt determinate, de obicei, de vizitele la prieteni/prietene (sau vizitele acestora în propriul lor spațiu), când se întâmplă să acceseze împreună cu aceștia internetul (de obicei, pentru Messenger sau pentru verificarea mesajelor pe unele site-uri pe care au, fiecare, pagini). „Regula”, însă, este aceea de a accesa singuri internetul, majoritatea (24 de subiecți din 30 în cazul interviurilor în profunzime) din propria lor cameră. Uneori propria cameră devine un spațiu exclusiv privat,

aproape inviolabil, ca în cazul Oanei, o elevă de clasa a XI-a care a fost citată și mai sus:

Oana (clasa a XI-a, profil real): „Eu accesez internetul la mine în cameră, în spațiul meu privat, nu se bagă nimeni (...) Am camera mea, cu televizorul meu, telefonul meu, calculatorul meu, patul meu, cărțile mele, totul e al meu. și de obicei utilizez internetul din spațiul meu propriu, privat și personal și numai eu singură cu mine însămi și cu calculatorul. Deci nu mai există alte persoane pe lângă mine, decât, să zicem când invit pe cineva pe la mine și intrăm pe un site”.

Ancheta ne-a confirmat rezultatele obținute prin interviurile în profunzime, 87% dintre intervievați declarând că accesează internetul de acasă:

Locație de acces actuală

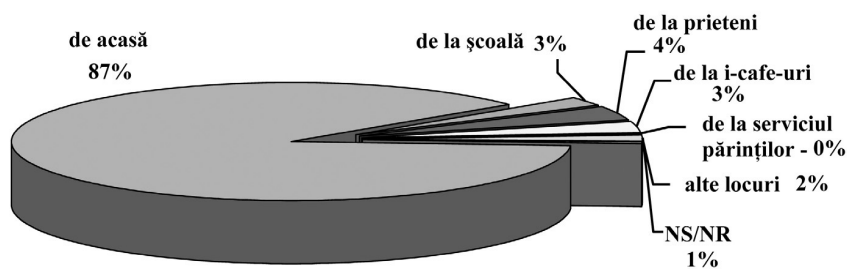


Figura 2: Locația accesării internetului de către adolescenți.

Procentul mare, de 87%, ne evidențiază un grad de conectare la internet (cel puțin în familiile cu adolescenți) foarte mare, în condițiile în care, nu mai departe de acum patru ani, în 2004, la ancheta națională realizată de MMT și Gallup pentru CNA⁵, gradul de penetrare al internetului era de 6% (11% în mediul urban și 1% în mediul rural) la nivel național, în gospodăriile în care exista cel puțin un copil cu vârsta cuprinsă între 6-18 ani. La ancheta făcută la sfârșitul lui 2007⁶, procentul gospodăriilor (în care există cel puțin un copil cu vârsta între 6-18 ani) conectate la internet la nivel național crescuse la 28% (18% dintre calculatoarele

conectate la internet fiind în camera copiilor). Diferențele majore care apar între datele obținute în cadrul anchetei noastre – realizată aproximativ în aceeași perioadă (ultimul trimestru din 2007), la nivelul Bucureștiului (și nu la nivel național), cu adolescenții (elevi de liceu) – și cea realizată de MMT pot fi explicate fie prin faptul că Bucureștiul depășește cu mult media pe țară în ceea ce privește ponderea conexiunilor la internet, dar și prin presiunea mai mare pe care o fac adolescenții asupra părinților pentru dotarea locuinței cu o conexiune (de obicei prin cablu TV) la internet. Pe de altă parte, dincolo de presiunea despre care vorbeam și la care, la limită, se poate rezista, deschiderea părinților spre această nouă tehnologie este explicabilă prin imaginea de „enciclopedie a enciclopediilor” pe care internetul o are. Așa cum ne-a relevat cercetarea noastră, caracterul ambivalent al internetului, de media de informare dar și de comunicare, este responsabil de dubla deschidere către internet: părinții valorizează caracterul informativ al acestuia, în timp ce adolescenții valorizează caracterul comunicațional al internetului.

Dintre adolescenții care nu beneficiază de o legătură la internet, 4% îl accesează totuși de la prieteni, în timp ce de la școală îl accesează un procent de 3%, proporție egală cu cei care îl accesează de la sălile de i-cafe-uri.

Conținuturi/ aplicații ale internetului utilizate

Itemul referitor la cele mai frecvent folosite conținuturi/ aplicații/ utilități ale acestui nou mijloc de comunicare a fost măsurat printr-o scală de ierarhizare: le-am cerut subiecților să aleagă dintr-un număr de 13 variante de răspuns, 5 răspunsuri care corespund opiniilor lor, răspunsuri pe care, apoi, să le ierarhizeze într-o manieră proprie⁷. Rezultatele obținute sunt următoarele:

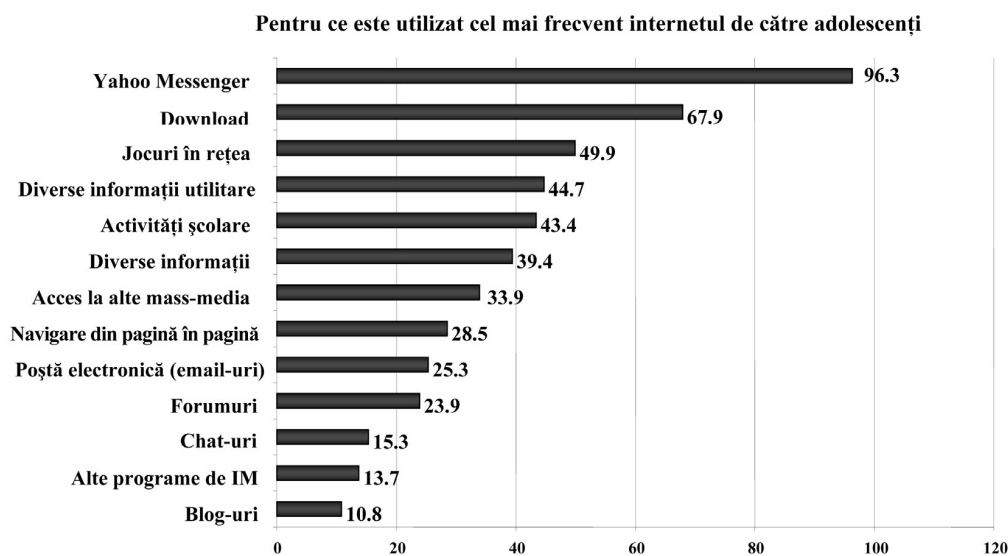


Figura 3: Cele mai frecvent utilizate aplicații ale internetului.

Graficul de mai sus întărește o ierarhie care deja se conturase pe baza rezultatelor interviurilor în profunzime: pentru adolescenți, internetul înseamnă, în ordine: comunicare, divertisment (distracție) și informație. Din analiza acestui item măsurat în anchetă avem, însă, noi informații cu

privire la această ierarhie. Pentru comunicare, constatăm un program de internet care se detașează clar ca lider în comunicarea pe internet a adolescenților din București: Yahoo Messenger a fost desemnat de un procent covârșitor de subiecți (96,3%, la distanță considerabilă de următoarele răspunsuri din ierarhie) ca fiind principalul program pentru care utilizează internetul. „Yahoo Messenger” este, prin excelență, comunicare – și nu este vorba doar despre comunicare instant, în timp real (incluzând aici comunicare scrisă, vorbită/ auzită prin microfon/ căști/ boxe și vizuală prin camere web), ci și comunicare a trăsăturilor de personalitate, a preocupărilor, a stării de spirit generale sau particulare etc. (prin intermediul avatarurilor și a mesajelor afișate, ca și a constanței versus schimbării frecvente a acestora etc.).

Următoarele două aplicații pentru care internetul este frecvent folosit de adolescenți, „download” (67,9%) și „jocuri în rețea” (49,9%), pot fi subsumate semnificației de „divertisment” dată de subiecți internetului, în timp ce celelalte trei care continuă ierarhia dau consistență semnificației de „informare”: informațiile utilitare (44,7%), informațiile căutate pentru activități școlare (43,4%), respectiv diverse informații (legate de interese, preocupări personale, hobby-uri etc. 39,4%).

Restul de aplicații/ practici/ activități/ programe pentru care internetul este frecvent folosit de către tineri pot fi asociate atât comunicării (precum poșta electronică, chat-urile, diversele programe de mesagerie instant, forumurile și blog-urile), cât și informării (accesul la alte mass media, navigarea din pagină în pagină), însă acestea din urmă pot fi la fel de bine asociate și divertismentului sau distracției. O atenție aparte o merită, în acest punct, forumurile, menționate de un procent destul de mare de respondenți (23,9%) și blog-urile (amintite de 10,8%). Numărul destul de mare de adolescenți preocupați de aceste două forme de comunicare

prin internet (iar comunicarea prin intermediul forumurilor și al blog-urilor este una aparte, semnificativă) poate fi o confirmare a presuposiției conform căreia spațiul public are tendința de a se lărgi, de a „cuprinde mai mult decât înainte” (în termenii lui J. Thompson). Forumurile și blog-urile sunt nu doar noi forme de comunicare între oameni, ci și noi forme sau noi spații de dez-

batere publică, ceea ce înseamnă că spațiul public are în prezent noi dimensiuni, el este reconfigurat de comunicarea mediată de computer, în speță de internet.

Cu alte cuvinte, cercetarea noastră relevă faptul că, cel puțin în ceea ce privește categoria de populație studiată de

noi, spațiul creat de internet nu este un spațiu alternativ, paralel sau fără legătură/ puțin conectat cu realitatea în care trăiesc subiecții, ci, din contră, este o parte constitutivă, distinctă și cu un rol aparte, indispensabil chiar, atât în spațiul privat al oamenilor, cât și în noul spațiu public care evoluează, se schimbă și se reconfigurează o dată cu dezvoltarea rapidă a noilor mijloace de comunicare și informare.

Competențe și dificultăți în utilizarea internetului

Două aspecte care ne-au interesat au fost cele referitoare la competențele pe care tinerii liceeni din București le au în ceea ce privește folosirea internetului, respectiv dificultățile pe care le întâmpină. Cum prin intermediul chestionarului pot fi măsurate opiniile subiecților, am operaționalizat acești itemi prin *autopercepțiile* respondenților referitoare la competențe, respectiv dificultăți în utilizarea internetului. În privința „competențelor”, la întrebarea noastră „cât de bine ai învățat să utilizezi internetul?”⁸, răspunsurile subiecților s-au grupat astfel:

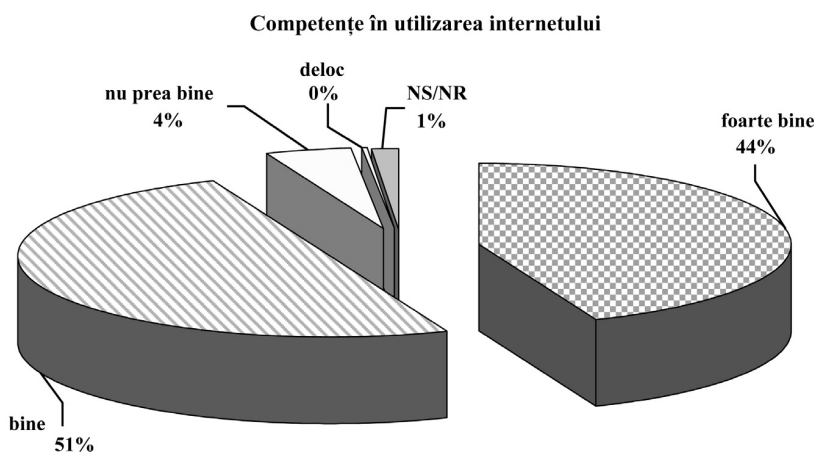


Figura 4: Autopercepția adolescenților cu privire la competențele în privința folosirii internetului.

Ancheta ne demonstrează o auto-percepție mai mult decât pozitivă privind „priceperea” de a utiliza internetul a majorității adolescenților din București. Dacă însumăm procenteile variantelor de răspuns „bine” și „foarte bine”, obținem o covârșitoare sumă de 95%. Cel mai mare procent de adolescenți, 51% au ales varianta „bine”, însă un procent nu departe de acesta (și unul apropiat de jumătate din totalul respondenților noștri) au ales varianta „foarte bine”, ceea ce ne face să constatăm o mare încredere în propriile capacități, competențe, cunoștințe cu privire la folosirea noului mijloc de comunicare. Interesant este că acestor

procente li se adaugă nu atât un (firesc) procent mic pentru varianta „nu prea bine” (4%), ci procentul de 0% pentru varianta „deloc”, ceea ce înseamnă că nici unul dintre cei 1008 subiecți chestionați nu consideră că nu ar ști deloc să utilizeze internetul.

Dincolo de dorința, specifică vârstei subiecților, de a epta, putem interpreta aceste rezultate chiar ca atare: nu trebuie uitat că tinerii sunt foarte deschiși la nou, că ei au cea mai mare capacitate de a învăța, de a deprinde cu ușurință abilități și de a reține noi cunoștințe, ceea ce poate face din fiecare utilizator tânăr al internetului un „mic specialist”, cel puțin în unele privințe, acelea de interes major pentru el (folosirea anumitor programe, căutarea informațiilor de anumite tipuri, accesarea unor site-uri și/ sau conturi, jucarea anumitor jocuri on-line etc.).

Autopercepția adolescenților față de toate aceste abilități și competențe este prelungită și în autopercepția dificultăților pe care le întâmpină în utilizarea internetului. Astfel, procente mai mari din adolescenți spun/ autopercep că au „rareori” sau „niciodată” dificultăți de diferite feluri în utilizarea internetului, decât cei care spun că „deseori” sau „uneori” au astfel de dificultăți:

Remarcăm că principalele dificultăți autopercepute de subiecți cu privire la utilizarea internetului sunt cele referitoare la viteza conexiunii la internet (14,8% au deseori, iar 33,6% au uneori dificultăți determinate de aceasta), ceea ce ne confirmă, încă o dată, faptul că în prezent, în România, populația este încă departe de a avea conexiune la internet la standarde înalte, dezirabile, ceea ce înseamnă, cu alte cuvinte, că accesul la internet în România este încă deficitar.

Pe de altă parte, deși la itemul privind competențele majoritatea respondenților considerau că se

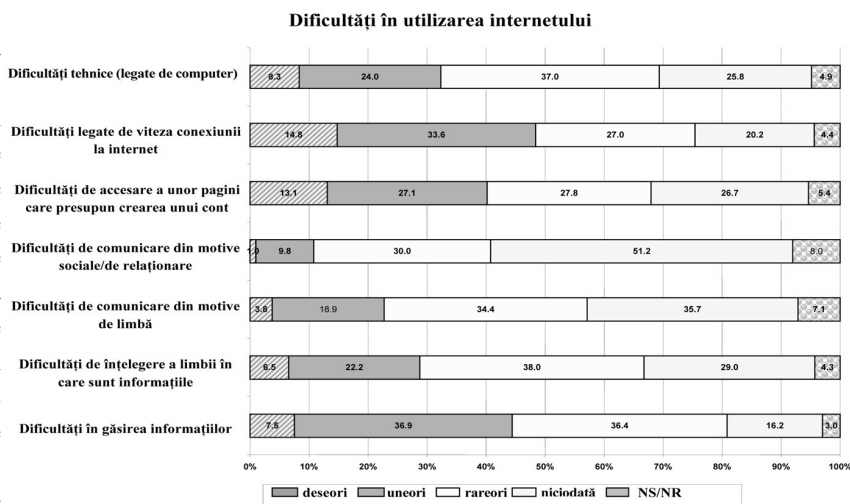


Figura 5: Autopercepția adolescenților cu privire la dificultățile întâmpinate în utilizarea internetului

descurcă foarte bine, 40% dintre ei au indicat, de data aceasta, că uneori (27,1%) și chiar deseori (13,1%) au dificultăți atunci când vor să acceseze unele pagini de internet, acces care presupune crearea unui cont sau anumite competențe speciale. Astfel, deși autopercepția privind competența generală de a utiliza internetul este una eminamente pozitivă, totuși există și recunoașterea faptului că accesul la anumite pagini de internet sau la anumite programe este îngreunat de o serie de dificultăți determinate tocmai de lipsa unor competențe specifice.

De asemenea, un procent de peste 40% dintre respondenți (răspunsuri cumulate pentru „deseori” cu „uneori”, cu specificarea că, în acest caz, față de cazul anterior referitor la competențe specifice, pentru „uneori” procentul este mult mai mare decât pentru „deseori”) autopercep dificultăți frecvente în găsirea unor informații, lucru pe care, de altfel, ni l-au narat și detaliat și subiecții pe care i-am interviuat în cele 30 de interviuri în profunzime.

Frecvente sunt, totodată, și dificultățile tehnice, legate de computer (alese de mai mult de 30% din intervievați, pentru răspunsuri cumulate la variantele „deseori” și „uneori”), care, alături de dificultățile legate de viteza la internet, ne întăresc afirmația anterioară referitoare la faptul că România se află, încă, departe de nivelul altor țări dezvoltate.

În schimb, putem observa procente mici în ceea ce privește autopercepția dificultăților de comunicare, de orice natură ar fi ele (din motive de limbă și cu atât mai puțin din motive sociale, de relaționare – un procent de numai 1% din tineri au considerat că au „deseori” dificultăți de comunicare de acest din urmă fel). Toate acestea ne arată, încă o dată, faptul că, pentru tineri, internetul înseamnă în primul rând comunicare, iar aceasta este prea puțin sau deloc îngreunată sau inhibată de vreun motiv sau obstacol de orice natură.

De altfel, în mod curent, 44% dintre subiecți declară că au deschise 3-5 ferestre de comunicare, în timp ce câte aproape un sfert (câte 24%) declară că au deschise 1-2 ferestre sau 6 sau mai mult de 6 ferestre de comunicare concomitent. Tocmai de aceea, ca și alți specialiști, ne putem pune și noi întrebarea: se pervertește, cumva, comunicarea, se transformă într-o cacofonie, sau doar se redefineste? Doar 4% dintre respondenții noștri declară că, în mod curent, nu au nici o fereastră de comunicare deschisă:

Ferestre de comunicare deschise simultan

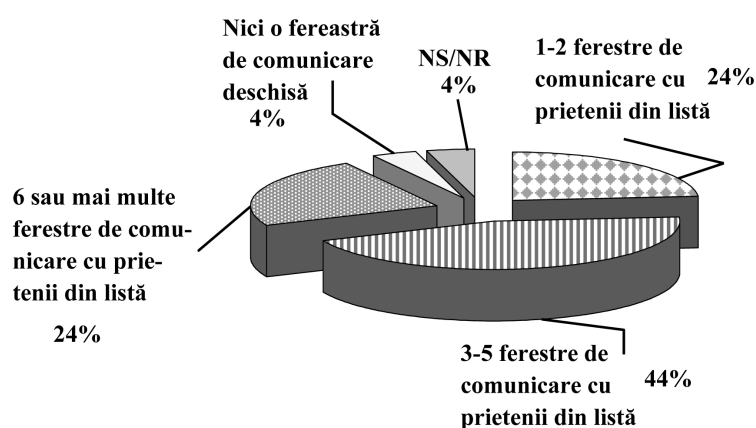


Figura 6: Numărul ferestrelor de comunicare deschise simultan de către adolescenți.

Mai trebuie remarcat, în cele din urmă, că adolescenții au destul de puține dificultăți de înțelegere a limbii în care sunt informațiile sau în care se comunică pe internet. Așa cum se vede și în figura 5, un procent de 67% (răspunsuri cumulate pentru „rareori” și „deloc”) dintre respondenți autopercep puține astfel de dificultăți, în timp ce numai 6,5% consideră că le au „deseori”. Aceasta arată, cel puțin la acest nivel, o bună cunoaștere a limbilor străine de către adolescenții din București, și în special a limbii engleze (fapt care ne-a fost relevat și de cercetarea calitativă), limbă preponderentă în paginile și site-uri virtuale. De altfel, conform interviurilor în profunzime care vin să explice și să ne facă să înțelegem acest aspect, mulți tineri (cel puțin adolescenții liceeni din București) percep limba engleză nu atât ca pe o limbă străină, ci ca pe o a doua limbă nativă, mediul nativ fiind, în acest caz, nu familia, ci universul larg creat de internet, univers în care ei au crescut și s-au socializat încă din copilărie.

Concluzii

Internetul face parte din ritualurile vieții de zi de zi a adolescenților. Ei și-au apropiat această tehnologie, au făcut-o mai umană, atașându-i ca semnificație și utilizare primordială comunicarea.

Comunicarea reprezintă principalul motiv de utilizare a internetului. Ea este facilitată și îmbunătățită de acest nou medium. Internetul contribuie la diminuarea și chiar anularea inhibițiilor și reticențelor, ceea ce face ca el să fie văzut ca un spațiu în care participanții la comunicare se simt liberi în exprimare.

De asemenea, internetul reprezintă un important mijloc de informare pentru adolescenți nu doar în privința activităților cotidiene (inclusiv școlare), ci și în privința alegerilor importante din viață – precum alegerea profesiei sau a facultății.

Internetul este un mijloc de divertisment preferat al adolescenților; divertismentul îmbracă pentru ei numeroase forme: de la jocurile în rețea la ascultarea/ vizionarea și download-area muzicii și a filmelor preferate. Internetul oferă adolescenților accesul la o mulțime de producții de divertisment și relaxare, precum filmele și muzica (între acestea intrând chiar unele producții culturale, de artă, nu doar de distracție), care altfel le-ar fi inaccesibile (fie din cauza costurilor ridicate, cum este cazul filmelor noi, fie din cauza distanței spațiale prea mari față de astfel de producții, care le fac imposibil de atins – precum, de pildă, muzica indiană sau chinezească, amintite de unul din intervievații noștri).

Mai mult, internetul este perceput de adolescenți ca principalul mijloc de relaxare, de evadare din stresul cotidian. Nu este surprinzătoare o astfel de percepție atâta vreme cât, într-un ritm alert de

doar de distracție), care altfel le-ar fi inaccesibile (fie din cauza costurilor ridicate, cum este cazul filmelor noi, fie din cauza distanței spațiale prea mari față de astfel de producții, care le fac imposibil de atins – precum, de pildă, muzica indiană sau chinezească, amintite de unul din intervievații noștri).

viață, cu multe cursuri la școală (în medie 6-7 ore pe zi), cursuri extra-școlare, antrenamente, repetiții sau meditații, în cele câteva ore petrecute seara pe internet, adolescenții nu au de îndeplinit nici o sarcină, nu li se cere să învețe sau să facă ceva, regulile internetului nu sunt atât de stricte, ba chiar uneori sunt făcute de ei înșiși etc.

În ceea ce privește frecvența utilizării și accesul la internet al adolescenților din București, cercetarea noastră a relevat faptul că mai mult de trei sferturi din adolescenți accesează zilnic internetul, iar aproape 90% au o conexiune la internet acasă. Ca practici de acces, majoritatea preferă să acceseze internetul, singuri, la calculatorul aflat în propria cameră.

Majoritatea liceenilor au o autopercepție pozitivă în ceea ce privește competențele lor în utilizarea acestui medium. Cei mai mulți consideră că știu să îl folosească bine și foarte bine. Pe de altă parte, principalele dificultăți întâmpinate de adolescenți sunt cele tehnice (legate de computer) și cele legate de viteza conexiunii la internet, ceea ce arată că România încă se află în urmă în ceea ce privește atât dotarea tehnică a populației, cât și utilizarea facilă și la parametri corespunzători a internetului.

Bibliografie

Baym, N.K., Zhang, Y.B., Lin M.C. 2004. „Social Interactions across Media. Interpersonal Communication on the Internet, Telephone and Face-to-Face”, *New Media & Society*, Sage Publications, vol. 6 (3).

Bakardjieva, Maria & Smith, Richard. 2001. „The internet in everyday life”, *New Media & Society*, Sage Publications, vol. 3 (1).

Caplan, S.E. 2003. „Preferences for Online Social Interaction. A theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being”, *Communication Research*, vol. 30, no. 6, December.

DeVito, J. 1988. *Human Communication*, Harper & Row: New York, Cambridge, Philadelphia, San Francisco, Washington, London, Mexico City.

Feenberg, Andrew. 1991. *The Critical Theory of Technology*, Oxford University Press: New York.

Feenberg, Andrew. 1999. *Questioning Technology*, Routledge: London.

Kim, Sung Tae & Weaver, David. 2002. „Communication research about internet: a thematic meta-analysis”, *New Media & Society*, Sage Publications, vol. 4(4).

Morris, M. & Ogan, C. 1996. „The Internet as Mass Medium”, *Journal of Communication*, 46 (1).

Thompson, J.B. 1995. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Polity Press: Cambridge.

Valkenburg, P.M., Schouten, A.P., Peter, J. 2005. „Adolescents' Identity Experiments on the Internet”, *New Media & Society*, Sage Publications, vol. 7 (3).

Abstract:

The Internet in the life of Bucharest's teenagers: access, patterns and competences of utilization. This paper is part of a larger research, carried out in 2007, on the social and cultural impact of the Internet on teenagers and youngsters in Romania. The study starts from the concept of 'computer mediated communication' (CMC), from the J. Thompson typology of human interactions (1995), as well as from the theoretical perspective drawn by A. Feenberg through the 'critical theory of technology' (1991, 1999). The overall research did have numerous general and specific objectives, whereas in this paper I am expressively dealing with two of these: Identifying the extent to which this group of population has access to the Internet and which are the characteristics of this access; and outlining a framework of the youngsters' uses of the Internet and of the place of the "consume" of the Internet within the general mass media consume, on the one hand, and within the practices of interpersonal communication, on the other hand.

Dealing with these objectives, the paper presents data and relevant conclusions regarding the fast evolution of the Internet access practices, as well as regarding the ways in which the Internet has entered in the "rituals" of the quotidian life of the adolescents, who naturally approach the new medium.

Keywords: *Internet; teenagers; computer mediated communication; access; uses.*

Note

1. Cercetarea, intitulată Impactul social și cultural al internetului asupra adolescenților din România, este finanțată prin Grantul CEE-ET nr. 172/ 2006-2008.

2. Din cauze obiective, materiale.

3. Astfel, în funcție de aceste variabile și ținând cont de structura la nivel general a categoriei de populație pe care am vizat-o, eșantionul nostru de 30 de persoane selectate pentru interviurile în profunzime a fost următorul: 16 fete și 14 băieți; 7 elevi în clasa a IX-a; 8 elevi în clasa a X-a; 7 elevi în clasa a XI-a; 8 elevi în clasa a XII-a; 7 elevi la un liceu cu profil real; 8 la profil uman; 4 la profil informatic; 4 la profil tehnic; 4 la profil artistic și 3 la profil sportiv.

4. Dintr-un total de 102 licee și SAM existente în București.

5. <http://www.cna.ro/cercetari/sondaje/rapfinrom.pdf>

6. Realizată de Metro Media Transilvania, la comanda CNA, <http://www.cna.ro/cercetari/sondaje/CNASondajDec07RO.pdf>

7. Am obținut 4891 răspunsuri. Graficul prezintă procentele per intervievați, pe fiecare linie.

8. Este vorba despre o întrebare scalată cu alegeri multiple, variantele de răspuns din care subiecții au avut posibilitatea de a alege unul fiind: foarte bine, bine, nu prea bine și deloc (plus, desigur, varianta „nu știu/ nu răspund”).