



## Cuprins

1. Introducere.....	2
2. Rețelele de socializare .....	3
2.1 Facebook .....	3
2.2 Twitter .....	6
3. Analiza rețelilor de socializare .....	7
4. Profilul tinerilor în cadrul rețelilor de socializare .....	10
5. Concluzii .....	13
6. Bibliografie .....	13

# 1. Introducere

Comunicarea a fost mereu esențială în evoluția speciei umane, aceasta fiind perfecționată de secole prin efortul lingviștilor, sociologilor și chiar al maselor de oameni. Secolul XX a adus însă o explozie a comunicației, iar în 2015 ne putem bucura de telefonie mobilă, email, rețele de socializare, conectare wireless și mai mult, avem acces la toate acestea în majoritatea zonelor populate ale Globului.

Tinerii au fost cei mai deschiși la noile tehnologii, iar majoritatea celor ce trăiesc în mediul urban au telefon mobil, computer conectat la internet, adresă de email, cont pe o rețea de socializare și folosesc din ce în ce mai mult aceste unelte pentru a păstra legătura cu rudele și prietenii. Avem la dispoziție computere desktop, laptopuri, smartphone-uri, televizoare inteligente, console de jocuri, toate conectate la Internet care ne ajută să ne informăm, să interacționăm și să comunicăm fără să ne întâlnim fizic cu alte persoane.

Rețelele de socializare pun gratuit la dispoziția utilizatorilor pe care îi au unelte prin care ei își pot găsi vechi prieteni sau își pot face și noi cunoștințe, posibilitatea de a ține legătura cu lista de contacte prin mesaje scrise, fotografiile sau filmulețe.

Tinerii sunt cei mai prezenți în astfel de rețele, unii dintre ei etalând liste de prieteni impresionante, uneori chiar de ordinul miilor de persoane, această listă a devenit printre „cunoscători” un adevărat statut social.

Pentru a reuși să definim corect termenul de *rețea socială* trebuie să privim dincolo de o simplă alăturare a celor doi termeni, *rețea*, respectiv *social*. Când ne referim la *rețea*, suntem înclinați a ne gândi la massmedia în sensul consacrat, de furnizare de conținut și anunțuri. Însă, în cazul de față, rețelele sociale sunt mai mult decât atât, ele reprezintă suportul creării unor rețele, reale platforme de interacțiune.

Definițiile *rețelei sociale* pot fi numeroase, în funcție de facilitățile oferite de fiecare dintre acestea:

- **Interacțiune socială** care, prin intermediul unor tehnologii web se transformă într-un dialog interactiv între utilizatori. Între aceștia se produce nu numai o partajare de impresii, opinii, ci și de conținut audio, video ori text.
- **Instrument de marketing**, adresat publicului țintă, folosit în scopul creșterii vizibilității unei companii.
- **Modalitate de comunicare** și de constituire a unor grupuri care împărtășesc interese comune. Interacțiunea se produce în timp real, între persoane care pot fi în orice parte a Pământului, fapt care crește valoarea intrinsecă a unui astfel de grup. Fiecare utilizator poate avea o definiție proprie, adaptată uneia dintre principalele **funcții ale platformelor social-media**, și anume:
  - ✓ publicare
  - ✓ partajare
  - ✓ discuții
  - ✓ marketing

- ✓ realizare de evenimente
- ✓ grupuri
- ✓ jocuri

## 2. Rețelele de socializare

**Rețelele sociale** oferă posibilitatea interconexiunii dintre oameni care împărtășesc interese, preocupări similare. Deseori, o persoană nu se limitează în a folosi un singur instrument social media și, în această categorie intră și firmele ori instituțiile. Nevoia de a fi cât mai bine informat, vizibil ori competitiv dirijează către alegerea mai multor platforme social media ce completează cerințele individului.

A analiza punctele forte ale tipurilor de platforme social media, a urmări tendințele de dezvoltare ulterioară, dar a fi și atent la posibilele riscuri pe care le implică, reprezintă cheia succesului în alegerea unei variante potrivite.

În continuare vor fi analizate cele mai importante și utilizate rețele de socializare de către tineri în anul 2015 precum și serviciile oferite de acestea.

### 2.1 Facebook

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

În prezent, **publicul țintă** este reprezentat de:

- **companii** (cu peste 1 miliard de utilizatori activi)
- **statul** (guvernele și instituțiile publice)
- **societatea** în ansamblul său (sunt implicate toate mediile sociale, acoperind toate categoriile de vârstă și ocupații din toată lumea)

Unul dintre motivele pentru care Facebook s-a distanțat de alte platforme de social media și a atras atât de mulți utilizatori este inovația. Prin intermediul interfeței pentru programarea aplicațiilor (API –Application Programming Interface) a apărut posibilitatea construirii unor aplicații care să folosească conexiunile sociale deja existente, precum și informațiile din profil pentru ca utilizatorii să poată primi mesaje personalizate din partea dezvoltătorilor de aplicații. Este o metodă prin care dezvoltătorii primesc feedback de la utilizatori: monitorizarea updateurilor, mesajele recepționate pozitiv ori, dimpotrivă, a celor ignorate.

O altă idee inovativă a reprezentat-o opțiunea *Like*, preluată și de platforma Twitter, prin *Tweet* și Google prin *+1*.

Variatele aplicații ale Facebook readuc zilnic, pe site, aproximativ jumătate dintre utilizatori, performanță cu adevărat notabilă comparativ cu prezența activă a utilizatorilor de alte platforme. Acestea oferă următoarele **servicii** utilizatorilor săi:

➤ **Divertisment:**

- **promovare artistică** (*Profil Band*) – peste 2 milioane de utilizatori își promovează muzica prin intermediul acestei aplicații. Din aceeași categorie fac parte și aplicațiile *ONErpm*, *SoundCloud*.
- **filme** (*Flixster*) – permite vizualizarea aprecierilor legate de cele mai populare filme
- **felicități, mesaje** predefinite pentru diverse ocazii sunt oferite prin aplicația *Someecards*
- **Where I've Been** – aplicație dezvoltată printr-un site dedicat călătoriilor
- **jocuri online**

➤ **Social:**

- **cauze** (*Causes*) – cum esența lumii Facebook este societatea, această aplicație este dedicată suporterilor unor cauze, prin donații sau semnarea de petiții (protecția animalelor, persoane cu handicap, grupuri minoritare, politice etc).

➤ **Fotografii și materiale video:**

- **editare de imagini** - *Aviary*, *PiZap*
- **partajare de fotografii** - *Picasa Uploader*
- **partajare de materiale video** - *SocialCam* (aplicație iOS și Android)
- **chat video** - *FB + Skype Video Call*

➤ **Securitate:**

- **protecție și scanare** - *BitDefender Safego*, *Norton Safe Web*
- **control parental** - *Monitor Minor*

➤ **Utilitare:**

- **crearea de aplicații** pe propria pagină - *App Builder* este un mod gratuit și extrem de facil de a realiza interviuri cu prietenii, sondaje, albume etc.
- **comerț și concursuri** – *Ecwid* și *IFrapp* oferă posibilitatea de a comercializa bunuri și servicii, de a organiza concursuri, expoziții etc
- **bloguri** – *NetworkedBlogs*
- **software** - PDF-converter – primul convertor online al documentelor PDF în document editabil Word.

Platforma Facebook găzduiește în acest moment mai mult de jumătate de milion de aplicații, iar aproximativ 150 de milioane de useri accesează platforma de pe dispozitive mobile. Gradul de accesibilitate deosebit de crescut va impulsiona dezvoltatorii să creeze noi și noi aplicații care să mențină fidelitatea utilizatorilor.

## ❖ Avantajele utilizării rețelei de socializare Facebook

Dintre avantajele acestei rețele de socializare, enumerăm:

- **accesibilitate:** este gratuit și oferă multiple modalități de comunicare online: mesaje, bloguri, materiale audio și video dar și comunicarea cu persoane din orice parte a Pământului.
- **implicații sociale:** rețea de prieteni (familie, reluarea legăturilor cu vechi cunoștințe, sau crearea de noi relații ori atragerea de susținători); asocierea unor persoane care împărtășesc aceleași preocupări, opinii; participarea la evenimente sau realizări importante din viața prietenilor; exprimarea opiniilor și primirea de feedback; inițierea unor acțiuni comune (întâlniri, demonstrații, marșuri etc)
- **confidențialitate:** accesul la datele personale și la activitatea desfășurată pe Facebook pot fi restricționate dacă utilizatorul dorește;
- **activități de marketing:** derularea campaniilor; publicitate; feedback de la consumatori; formarea imaginii de marcă;
- **vizibilitate:** conturi oficiale ale instituțiilor de stat ori private prin intermediul cărora comunică cu publicul lor țintă;

## ❖ Dezavantajele utilizării rețelei de socializare Facebook

Dintre dezavantajele acestei rețele de socializare, enumerăm:

- **impact la nivel personal:** dependența induce pierderea contactului cu viața socială reală și, implicit, destrămarea legăturilor care nu implică utilizarea spațiului virtual; scăderea performanțelor școlare în rândul tinerilor; contactul cu persoane rău-intenționate, care pot determina stări conflictuale, ceea ce poate pune în primejdie echilibrul emoțional al anumitor persoane (de regulă, din rândul tinerilor); fiind un spațiu public, există pericolul folosirii activității pe Facebook împotriva utilizatorului (fapt des întâlnit mai ales în cazul persoanelor publice);
- **influență:** crearea unor grupuri ce promovează mesaje discriminatorii sau extremiste, în scopul influențării și cooptării de noi membri fiind o platformă atât de puternică, Facebook induce un monopol care afectează în primul rând companiile care sunt nevoite să adere acesteia, pe principiul: *Dacă nu ești pe Facebook, nu ești!*
- **securitate:** falsa identitate prin posibilitatea postării unor date ireale care induc în eroare sau, mai mult, furtul de identitate; datele personale, odată devenite publice pot fi utilizate în scopul urmăririi respectivului utilizator, fără voia sa; cu cât sunt mai multe date personale afișate, cu atât crește pericolul ca acestea să fie folosite de către crackeri în scopul spargerii conturilor bancare, email sau PayPal; atacurile hackerilor în scopul răspândirii de malware (soft-uri malițioase). Acestea pot fi declanșate printr-un singur click pe un link.

***În concluzie, potențialul utilizator de Facebook trebuie să cântărească cu atenție beneficiile versus dezavantajele acestei platforme și, mai ales, să fie bine informat asupra acestora, așa încât potențialele pericole să fie diminuate pe cât este posibil.***

## 2.2 Twitter

Twitter a fost creat în anul 2006, printre fondatori numărându-se și Jack Dorsey, actualul președinte și autorul primului mesaj de acest tip, mesaj denumit inițial *twtr*. Termenul de *twitter* înseamnă ciripitul păsărilor și definește ideea de bază a platformei: mesaje scurte, cu o lungime de maxim 140 de caractere. Scopul era acela de a comunica prin mesaje scurte cu un grup de oameni. Similar rețelei Facebook, și Twitter a pornit inițial ca un proiect destinat unui grup restrâns de oameni, sub forma unui serviciu intern dedicat angajaților firmei Odeo, o firmă de podcasting fondată de către doi dintre inițiatorii platformei Twitter.

În anul 2007 este fondată compania Twitter, al cărei președinte este Jack Dorsey. Twitter este un hibrid, îmbinând atât caracteristicile unei rețele sociale, cât și cele ale unui site de micro-blogging, permițând utilizatorilor săi să transmită informații, să comenteze diverse evenimente și să aducă în atenția celorlalți utilizatori un anumit conținut video sau audio.

În prezent, **publicul țintă** este reprezentat de:

- **companii** (dezvoltarea afacerii prin promovarea diferitelor anunțuri)
- **statul** (instituțiile publice creează și mențin legături atât între ele cât și cu publicul lor țintă)
- **societatea** (zilnic, milioane de oameni folosesc Twitter pentru a împărtăși opinii, a face schimb de idei și a fi la curent cu noutățile din aria lor de interes)

În ceea ce privește serviciile oferite de rețeaua de socializare Twitter putem spune că avem o gamă destul de variată de dispozitive și aplicații dezvoltate pe trei mari segmente:

- **smartphone:** Iphone, Android, Windows Phone, Nokia, Blackberry 7, Blackberry 10; distribuirea de fotografii, mesaje, acces rapid la noutăți;
- **tablete:** iPad, Twitter for Windows 8, tablete cu sistem de operare Android: afișarea de fotografii, materiale video, articole, posibilități avansate de căutare, crearea de liste;
- **platforme tip Desktop:** Mac, Windows 8 cu aceleași facilități de partajare de conținut audio, video sau text și acces la informații. Din această categorie face parte o aplicație cu aspectul extrem de ergonomic, TweetDeck, care permite personalizarea cronologiei activității pe Twitter (Timeline), gestionarea listelor cu muzica preferată, opțiuni de căutare, filtre, precum și administrarea mai multor conturi.

### ❖ Avantajele utilizării rețelei de socializare Twitter

Dintre avantajele acestei rețele de socializare, amintim următoarele:

- **Accesibilitate:** este gratuit; viteză mare de comunicare; informația se partajează cu prietenii, familia și grupurile de interes;
- **Marketing:** conectare cu piața; urmărirea activității concurenței și adaptarea ulterioară a strategiei de marketing; contact cu clienții și potențialii clienți;

- **Vizibilitate:** postările pot fi integrate și pe alte platforme, precum Facebook sau MySpace, așa încât ele să apară în timp real și pe conturile respective companiile sau instituțiile pot fi în permanent contact cu noutățile care le pot influența activitatea;
- **Securitate:** există o permanentă monitorizare în ceea ce privește activitatea pe Twitter în scopul eliminării activităților ilegale care ar putea fi diseminate prin intermediul rețelei.

#### ❖ **Dezavantajele utilizării rețelei de socializare Twitter**

Dintre dezavantajele acestei rețele de socializare, enumerăm următoarele:

- **Securitate:** falsa identitate; spam-ul: una dintre problemele Twitter o reprezintă număr mare de mesaje nesolicitate cu care se confruntă utilizatorul care este astfel nevoit să depună suficient efort pentru a le filtra; contactul cu persoane care folosesc informațiile personale ale utilizatorului în scopuri ilicite;
- **Relația cu cei care urmăresc activitatea utilizatorului (Followers):** un număr mare de *followers* poate deveni, în timp, una dintre cauzele de pierdere a concentrării utilizatorului asupra scopului existenței sale pe Twitter. Ideală ar fi o sortare drastică a partenerilor de discuții; numărul de *followers* nu reprezintă numărul real al persoanelor care au cu adevărat o implicare în viața și activitatea utilizatorului; deseori funcționează principiul reciprocității, fără vreo altă semnificație personală; dimensiunea limitată a mesajelor; nivelul ridicat de accesibilitate poate afecta utilizatorul care va neglija preocupările din viața reală în favoarea urmăririi activității de pe Twitter.

### 3. Analiza rețelelor de socializare

Perioada în care o persoană acceptă să fie parte a unui grup pentru a-și regăsi foștii colegi de școală pare atât de îndepărtată acum, când preferințele utilizatorilor au devenit din ce în ce mai specifice. Dezvoltarea fulminantă a World Wide Web-ului a deschis noi oportunități de dezvoltare pentru social media.

Se implementează noi și noi aplicații, menite să răspundă într-un mod cât mai adecvat cerințelor. Dorința de a împărtăși și de a discuta pe marginea a diverse subiecte au creat premisele perfecte pentru dezvoltători. Așa se explică popularitatea în plină creștere a rețelei Facebook care a implementat sute de mii de aplicații.

Din punct de vedere al regiunilor de interes, Facebook s-a impus în Statele Unite ale Americii și Europa, urmată fiind de LinkedIn și Twitter.

China și Rusia folosesc în continuare rețelele Qzone, V Kontakte și Odnoklassniki, ceea ce înseamnă, raportat la populație, un număr semnificativ de utilizatori.



**Figura 1: Topul celor mai folosite rețele sociale în anul 2014\***

Tara	Poziția 1	Poziția 2	Poziția 3
Australia	Facebook	LinkedIn	Twitter
Austria	Facebook	Badoo	Twitter
Belgia	Facebook	Badoo	LinkedIn
Brazilia	Facebook	Orkut	Badoo
Canada	Facebook	LinkedIn	Twitter
China	QZone	Tencent Weibo	Sina Weibo
Danemarca	Facebook	LinkedIn	Badoo
Finlanda	Facebook	LinkedIn	Twitter
Franța	Facebook	Badoo	Skyrock
Germania	Facebook	Wer-kennt-wen	Xing
India	Facebook	LinkedIn	Orkut
Italia	Facebook	Badoo	Twitter
Japonia	Facebook	Twitter	Mixi
Olanda	Facebook	Hyves	Twitter
Norvegia	Facebook	LinkedIn	Twitter
Portugalia	Facebook	Badoo	Orkut
Suedia	Facebook	Twitter	LinkedIn
Rusia	Odnoklassniki	V Kontakte	Facebook
Spania	Facebook	Tuenti	Badoo
Marea Britanie	Facebook	Twitter	LinkedIn
Statele Unite ale Americii	Facebook	Twitter	LinkedIn

\*conform Google Trends for Websites

În Europa, preferințele utilizatorilor sunt împărțite între Est (unde lideri sunt V Kontakte și Odnoklassniki) și Vest, unde domină Facebook. Supremația celor două platforme din Est este susținută de aproximativ 60 de milioane de utilizatori din Rusia, Ucraina și Belarus.

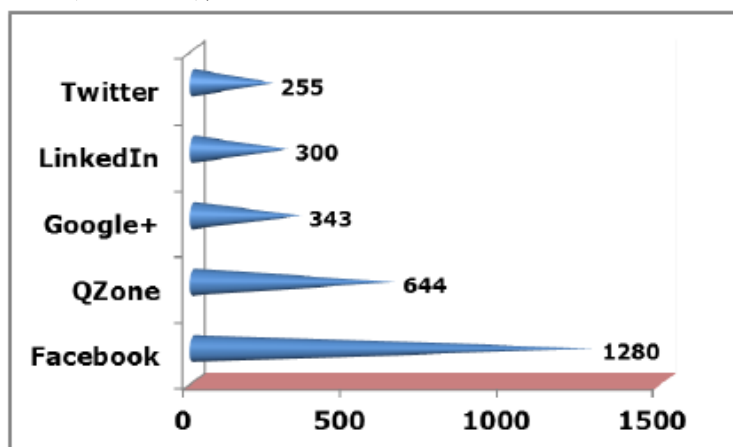
În acest moment se poate afirma faptul că asistăm la apariția concurenței în lupta pentru renume și atragerea a cât mai mulți utilizatori.

În condițiile în care 85% din populația lumii are acces la mediul online, social media este utilizată în proporție de aproximativ un sfert dintre aceștia, iar rețelele sociale sunt folosite în proporție de trei sferturi.

Inovația și capacitatea de a anticipa nevoile utilizatorilor au reprezentat chei ale succesului pentru rețeaua socială Google+ care a reușit să atragă în iunie 2005 nu mai puțin de 25 de milioane de vizitatori unici în decurs de doar patru săptămâni.

Din punct de vedere al popularității, se remarcă un interes crescut pentru site-urile de social media precum Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest și Google+.

**Figura 2: Rețelele sociale cu cel mai mare număr de utilizatori activi (milioane), la nivelul lunii iunie 2014\***



\* Sursa: <http://www.statista.com>

Facebook continuă să fie lider cu un număr de peste 1 miliard de conturi active, urmat la relativă distanță de rețeaua socială asiatică QZone și Google+, LinkedIn și Twitter.

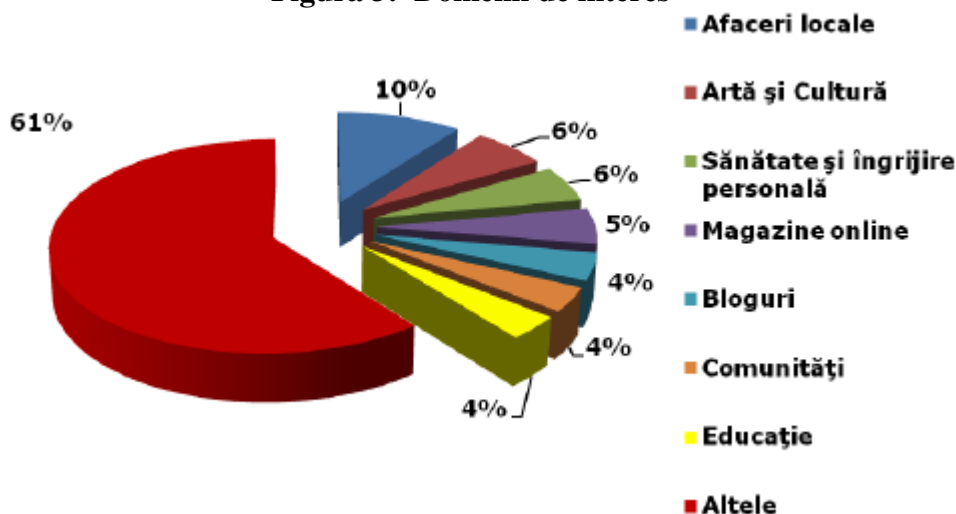
## În România

Anul 2012 a reprezentat momentul de creștere spectaculoasă a popularității rețelei de socializare Facebook în România, numărul utilizatorilor dublându-se și depășind astfel cifra de 5 milioane. Tot în această perioadă a fost înregistrată cea mai mare creștere a numărului de pagini românești create (15.600).

Potrivit datelor Facebrands, ca repartizare geografică, în anul 2014, în București sunt cele mai multe conturi înregistrate (1.480.640), urmat de Cluj-Napoca (260.040), Timișoara (260.000) și Iași (260.000).











Statistica lunii iulie 2014 arată că există un număr de 25.584 pagini românești, create pe Facebook, specificul acestora arătând un interes crescut al românilor către afaceri, artă și sănătate.

**Figura 3: Domenii de interes**



În anul 2015 principalele rețele de socializare în topul preferințelor românilor sunt după cum urmează:

**Figura 4: Rețelele sociale în România (Aprilie 2015)**

	<b>8,000,000</b> user accounts <small>FACEBOOK / APRIL 2015</small>	<b>NA</b>
	<b>1,677,145</b> user accounts <small>LINKEDIN / APRIL 2015</small>	<b>NA</b>
	<b>NA</b>	<b>2,186,994</b> unique visitors <small>SATI / MARCH 2015</small>
	<b>899,362</b> user accounts <small>TPU.RO / APRIL 2015</small>	<b>2,796,613</b> unique visitors <small>SATI / MARCH 2015</small>
	<b>93,485</b> user accounts <small>ZELIST / MARCH 2015</small>	<b>NA</b>
	<b>336,065</b> user accounts <small>ZELIST / MARCH 2015</small>	<b>29,544</b> active users <small>ZELIST / MARCH 2015</small>
<b>BLOGGING</b>	<b>87,495</b> blogs <small>ZELIST / MARCH 2015</small>	<b>12,342</b> active blogs <small>ZELIST / MARCH 2015</small>
	<b>229,158</b> user accounts <small>ZELIST / MARCH 2015</small>	<b>134,626</b> active users <small>ZELIST / MARCH 2015</small>
	<b>806,819</b> user accounts <small>ZELIST / MARCH 2015</small>	<b>7,000,000</b> unique visitors <small>GOOGLE * MEDIAFAX / APRIL 2015</small>
	<b>NA</b>	<b>1,576,696</b> free connected users (Windows) <small>THINKDIGITAL / FEBRUARY 2015</small>
	<b>NA</b>	<b>950,000</b> unique visitors <small>THINKDIGITAL / FEBRUARY 2015</small>

Un salt important este făcut de către Instagram, care datorită noului algoritm de raportare al ZeList Monitor, activitatea aplicației de *photo & video sharing* a crescut foarte mult. Mai mult de jumătate dintre utilizatori au fost activi în acea lună. Cei mai mulți însă nu au creat conținut ci au comentat, lucru ce duce la ideea că multe instalări sunt făcute doar pentru tras cu ochiul, cumva și normal să fie așa deoarece în social media, sunt mai puțini creatori decât privitori.

#### 4. Profilul tinerilor în cadrul rețelelor de socializare

Deși rețelele de socializare facilitează comunicarea și accesul la diferite surse de informații, utilizarea în exces a acestor mijloace de comunicare poate atrage după sine o serie de consecințe negative în planul dezvoltării emoționale sau sociale ale adolescentului.

Considerând timpul relativ lung petrecut de tineri pe rețelele de socializare, putem analiza comportamentul acestora după cum urmează:

➤ **Moderatorul:** Poate fi o persoană sau un grup de persoane care au grijă ca activitatea comunității să se desfășoare în condiții optime. Moderatorul este responsabil de conținutul postat, el fiind cel care aprobă orice comentariu. Are un rol deosebit de important în cadrul comunității.



➤ **Tăcutul:** E cel care vizitează site-ul pentru a observa, a citi comentariile, și foarte rar pentru a-și exprima părerea despre un anumit subiect. Deși poate nu le simți prezența, tăcuții pot fi unii dintre cei mai înfocați fani ai comunității, aducând numeroși membri noi.



➤ **Entuziastul:** Acest utilizator e cel ce postează cel mai des conținut, își exprimă frecvent opinia, fiind cel mai activ dintre membri. Deși la un moment te poți întreba cum găsește timp pentru a participa la aproape toate discuțiile, trebuie să realizezi ca el este motorul comunității – cel care pastrează comunitatea activă. Entuziaștii trebuie prețuiți și răsplătiți pentru că sunt indispensabili pentru orice comunitate online.



➤ **Agitatorul:** El este cel care îi contrazice pe toți, îi provoacă și stârnește numeroase discuții în contradictoriu. Deși creează agitație, el îi determină pe clienții fideli să ia cuvântul în apărarea altor utilizatori. Acesta oferă posibilitatea de a face o statistică asupra numărului oamenilor care apreciază anumite produse, servicii. La fel ca și entuziastul, agitatorul este indispensabil pentru o comunitate online.



➤ **Curiosul:** Persoana care generează conținut prin întrebările pe care le pune în mod frecvent. La fel, e extrem de prețios pentru dinamica grupului de discuții și nicio dată nu trebuie să ne plîngem că sunt prea mulți curioși în comunitate.

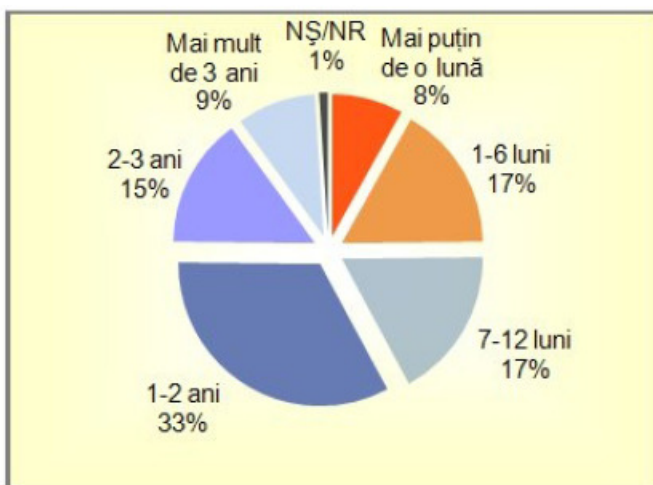


➤ **Influențatorul:** E utilizatorul cel mai conectat la rețele sociale, având un număr impresionant de contacte online. El va răspândi cel mai repede orice informație către un număr foarte mare de oameni conectați la internet.

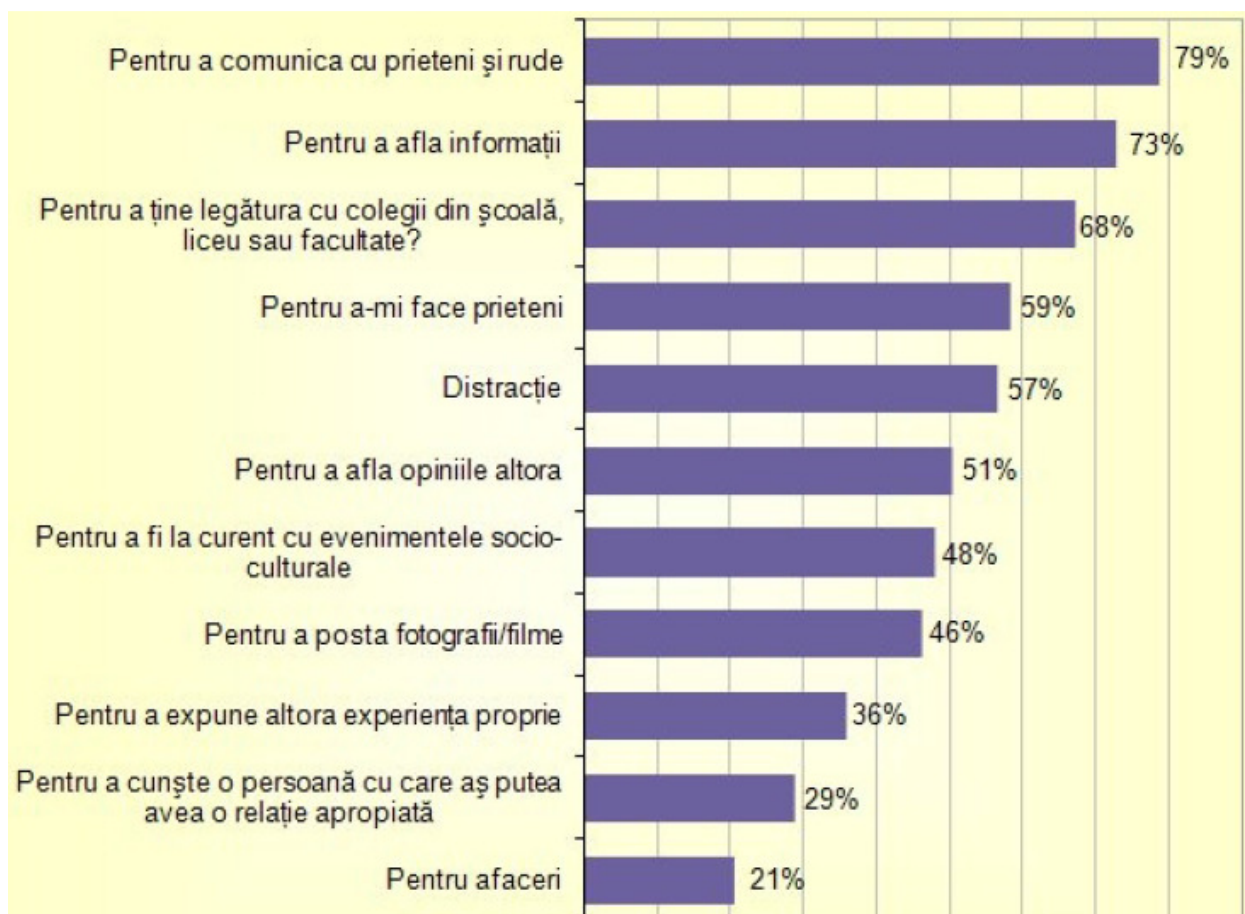


Având la bază aceste tipuri diferite de utilizator și rolul fiecăruia, putem deduce chiar și un portret robot al utilizatorului de rețele de socializare: **persoană tânără** (54% din utilizatorii site-urilor de socializare sunt tineri de 15-29 ani, alți 24% utilizatori au între 30 și 44 ani), **educată** (studii medii - 24% - sau superioare - 32%), **fără loc de muncă** (48%), **venituri medii** (41%) și **peste medie** (34%), **cu precădere din mediul urban** (52%).

**Figura 5: De cât timp utilizează tinerii rețelele de socializare**



**Figura 6: Scopul utilizării rețelelor sociale**



## 5. Concluzii

Pe baza informațiilor prezentate în capitolele anterioare putem extrage următoarele concluzii:

- Rețelele sociale online vor schimba modul de abordare a vieții sociale, economice, politice și educaționale;
- Vor reduce costurile de comunicare și vor întări comunitățile;
- Advertiserii trebuie să lupte împreună cu ele nu împotriva;
- Trebuie create noi moduri de evaluare;
- Prietenii virtuale le sabotează pe cele reale;
- Favorizează dezvoltarea unor zone cerebrale și influențează comportamentul, afectând astfel respectul de sine;
- Intimitatea poate fi de domeniul trecutului;
- Rețeaua de socializare este un spațiu propice dezvoltării comportamentului neadecvat;
- Mediul online nu este sub nicio formă un substitut al mediului offline;
- Sentimentul de frustrare legat de realizările prietenilor de pe Facebook, de exemplu, își pune amprenta asupra psihicului nostru;
- Eforturile de a ne construi propriul imperiu online este în directă legătură cu beneficiile vieții personale.

## 6. Bibliografie

- <http://www.lapsiholog.com/influentele-retelelor-de-socializare-asupra-dezvoltarii-adolescentilor.html>
- [http://adevarul.ro/life-style/stil-de-viata/cum-schimba-viata-retelele-socializare-1\\_50acfeb07c42d5a6638d4b6a/index.html](http://adevarul.ro/life-style/stil-de-viata/cum-schimba-viata-retelele-socializare-1_50acfeb07c42d5a6638d4b6a/index.html)
- <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Actualitate/Social/Efectele+retelelor+de+socializare+si+motivele+pentru+care+sa+renuntati+la+ele>
- <http://www.go4it.ro/internet/cum-sa-folosesti-eficient-retelele-de-socializare-6497436/>
- <http://n2n.ro/retele-sociale/statistica-surprinzatoarea-a-zilei-facebook-vs-twitter/>
- <http://lauranita.wordpress.com/category/social-media-2/>
- <http://www.checkfacebook.com/>