

***THE MIMETIC BEHAVIOR OF THE PROSUMER-ADOLESCENT ON FACEBOOK –
THE SELFIE PHENOMENON***

**Claudia Chiorean (Talaşman), PhD, Research Assistant, Babeş-Bolyai University of
Cluj-Napoca**

Abstract: Teenagers spend about half of their free time during a day using various kinds of mass communication, especially the new media: Facebook. The teenager's portrait on Facebook is varied, complex like it is in real life. In real life, the teenager knows reality through experience, through education, by means of the family, the school and the society. In the new virtual area towards which we are moving quickly, the Internet (Facebook) is a great source of information and training of adolescent equally with family, school, society. But like any human product, Facebook's virtual world has its advantages and disadvantages, pluses and minuses. The mind's product can have, under the specific conditions, positive effects and negative effects. Sometimes enthusiastically using Facebook it can ignore the negative effects. They exist and manifest to all (children, adolescents, young or old). The field of research is relatively new. The rapid evolution of the Internet and widespread, do the research to be difficult. But not impossible.

Keywords: *teenager, prosumer, facebook, irrational beliefs, behavior.*

Studierea comportamentului mimetic al adolescentului-prosumer pe facebook se încadrează în şirul cercetărilor cu privire la efectele pe care comunicarea în new media le generează asupra homo ciber al erei web 2.0. Ritmul ametitor în care aplicațiile oricărui soft se îmbogățesc și se diversifică de la o oră la alta, nu mai lasă răgazul observării efectelor pe timp îndelungat asupra individului implicat plenar în actul comunicațional, de multe ori confiscat de un astfel de mod de comunicare.

Studiul își propune să identifice tipuri de comportamente pe facebook care imită modele promovate în marea medie (TV, Radio, presa scrisă, presa online) în cazul adolescentului-prosumer (producător de conținut media și consumator de conținut media, concomitent) și să identifice efectele generate asupra individului consumator/producător de noi media.

Unul dintre comportamentele mimetice observate în cadrul grupului de tip esanțion, *Teens Cluj*, constituit în vederea realizării cercetării, a fost fenomenul *Selfie*.

Selfie este un autoportret fotografic, realizat cu un telefon mobil și publicat apoi online pe rețelele de socializare. Este o modalitate de exprimare a experiențelor individuale/sociale, a personalității, a nivelului stimei de sine. *Selfie* a fost desemnat cuvântul anului 2013 în Dicționarele Oxford.

Asociația Psihiatrilor din SUA (APA) a publicat o concluzie potrivit căreia pozele de tip Selfie realizate în exces pot genera probleme psihice. Noua afecțiune este definită ca "dorința obsesiv-compulsivă de a face poze și a le folosi în rețelele sociale ca o metodă de a-ți recăstiga stima de sine și de a suplini lipsurile din viața intimă".

Studiile realizate asupra fenomenului facebook și asupra implicațiilor pe care le are aceasta la nivelul personalității umane sunt tot mai bogate. Unele rezultate confirmă utilitatea existenței facebook-ului în viața omului portmodern, altele avertizează asupra efectelor negative. De exemplu, rezultatele dependenței de net sunt multiple și aproape fără excepție negative, mai ales în formarea copiilor și adolescenților.

Studiul nostru realizat pe un esanțion pilot încearcă să stabilească o corelație între postarea selfie-urilor pe facebook și nivelul stimei de sine în cazul adolescenților de 16 ani, din două licee cu profil socio-uman din Cluj.

Designul cercetării

Scopul prezentului studiu:

Stabilirea impactului pe care selfie-ul îl are asupra manifestării stimei de sine și asupra comportamentului mimetic la adolescenții de 16 ani.

Obiectivele teoretico-metodologice :

- Evidențierea unei relații de asociere între adepții fenomenului *selfie* și anumite tipuri de atitudini și convingeri
- Determinarea nivelului stimei de sine la prosumerii de *selfie-urilor*;
- Identificarea corelației între gradului de dependență de facebook a utilizatorilor adolescenți și comportamentul mimetic în cazul postărilor anumitor tipuri de selfie
- Relevarea unei corelații între gradul de dezirabilitate socială și postările selfie-urilor

Obiectivele practice:

- Stabilirea tipurilor de atitudini și convingeri pentru adolescenții-adepti ai selfie-urilor
- Măsurarea nivelului stimei de sine în raport cu feed-back-ul primit: nr. like-uri, nr. share-urilor, nr. comment-urilor pozitive/negative;
- Măsurarea gradului de dependență prin numărul de postări selfie pe facebook de către adolescenți în conformitate cu modelele din marea medie (radio, tv, presa scrisă sau online): selfie de tip A (duck face); selfie de tip B (VIP), selfie de tip C (cuplu/dublu selfie), selfie de tip D (grup-selfie) și selfie de tip E (individul alături de animalul de companie) în raport cu timpul de utilizare a facebook-ului
- Stabilirea tipurilor de selfie-uri mimetice preluate din marea medie (radio, tv, presa scrisă sau online) în acord cu principiul conformismului social

Ipotezele cercetării

Ipoteza nr. 1

Se prezumă că adepții selfie, care postează cu o frecvență mare (zilnic) au stimă de sine scăzută comparativ cu adolescenții care nu postează frecvent (1 dată/săptămână sau 2-3/lună)

Ipoteze derivate:

- 1.1. Se prezumă că sentimentul propriei valori este mai scăzut în cazul celor care postează frecvent (zilnic) selfie față de cei care nu postează foarte des (1/săptămână sau 2-3 ori/lună).
- 1.2. Se prezumă că încrederea în sine este mai mică în cazul celor care postează frecvent (zilnic) selfie față de cei care nu postează foarte des (1/săptămână sau 2-3 ori/lună).
- 1.3. Se prezumă că imaginea de sine este proiectată într-o lumină negativă față de cei care nu postează
- 1.4. Se prezumă că nivelul de așteptări al celor care postează frecvent (zilnic) selfie față de cei care nu postează foarte des (1/săptămână sau 2-3 ori/lună).

Ipoteza nr. 2

Se prezumă un grad mai mare de dependență față de facebook a utilizatorilor adolescenți care postează *selfie* în mod repetat frecvent (zilnic) selfie față de cei care nu postează foarte des (1/săptămână sau 2-3 ori/lună).

Ipoteze derivate:

- 2.1. Se prezumă că timpul petrecut pe facebook influențează numărul și tipul postărilor de tip *selfie*

2.2. Se prezumă că facebook-ul afectează în mod negativ activitatea școlară a celor care postează *selfie* în mod repetat (zilnic)

3.3. Se prezumă că facebook-ul devine soluția la problemele personale ale adolescenților în cazul celor care postează *selfie-uri* în mod repetat (zilnic)

Ipoteza nr. 3

Se prezumă că următoarele atitudini și convingeri: raționalitate, nevoia de confirmare a propriei valori, nevoia de realizare, nevoia de aprobare, nevoia de confort se asociază într-o măsură mai mare cu adolescenții care postează selfieuri față de cei care nu postează.

Ipoteze derivate:

3.1. Se prezumă că **raționalitate** se asociază într-o măsură mai mare adeptilor *selfie* decât adolescenților care nu postează

3.2. Se prezumă că **nevoia de confirmare** se asociază într-o măsură mai adeptilor *selfie* decât adolescenților care nu postează

3.3. Se prezumă că **nevoia de aprobare** se asociază într-o măsură mai mare adeptilor *selfie* decât adolescenților care nu postează

3.4. Se prezumă că **nevoia de confort** se asociază într-o măsură mai mare adeptilor *selfie* decât adolescenților care nu postează

Ipoteza nr. 4

Se prezumă existența unei corelații între gradul mare de dezirabilitate socială și postările selfie-urilor.

Ipoteze derivate:

4.1. Se prezumă că adolescenții care postează frecvent *selfie* adoptă un comportament dezirabil în scopul conformismului social (moda).

4.2. Se prezumă că postarea frecventă a *selfie*-urilor crește gradul de acceptare socială, din partea grupului din care adolescentul face parte.

Metodologia cercetării

Lotul investigat in studiul pilot:

26 elevi de clasa a X-a ai Colegiului Național Pedagogic

14 elevi de clasa a X-a ai Seminarul Teologic Liceal Ortodox.

Instrumentele cercetării:

Scala de cogniții raționale și iraționale (GABS-SF, dr. Raymond DiGiuseppe, adaptată de Bianca Macavei).

Scala stimei de sine (Rosenberg).

Scala dependenței de facebook Bergen.

Scala dezirabilității sociale (Douglas P. Crowne & David Marlowe).

O pagina de facebook Teens Cluj la care au avut acces elevii implicați în proiect, monitorizată timp de mai multe luni. Analiza s-a realizat doar pe o luna – luna aprilie - din anul școlar 2013-2014. Pe pagina de facebook *Teens Cluj* au fost postate scalele în varianta Google docs. Raspunsurile au fost prelucrate în SPSS.

Interpretarea rezultatelor

Ipoteza nr. 1

În cazul primei ipoteze în care s-a presupus că adeptii selfie au stimă de sine scăzută comparativ cu adolescenții care nu postează, am obținut următoarele rezultate:

Există o corelație pozitivă de intensitate medie între tipul de Selfie A și tipul de Selfie D (coeficientului Pearson $r^2 = 0,476$ și corespunzându un prag de semnificație $p = 0,004$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu), respectiv între tipul de Selfie A și Numărul de

like-uri D (coeficientului Pearson $r^2 = 0,551$ ii corespunzandu un prag de semnificatie $p = 0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu).

Numărul de like-uri A coreleaza semnificativ cu Numărul de comment-uri A ($r^2 = 0,435$, pentru un $p = 0,008$, iar corelatia este pozitiva si de intensitate medie), cu Numărul de like-uri B ($r^2 = 0,378$ la un $p = 0,023$) si cu tipul de Selfie C ($r^2 = 0,352$ la un $p = 0,038$).

Nr de comment-uri A coreleaza semnificativ cu Numărul de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,435$, corespunzandu un prag de semnificatie $p = 0,008$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu, iar corelatia este pozitiva, de intensitate medie), cu Numărul de Numărul de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,504$, corespunzand un prag de semnificatie $p = 0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu,) si cu selfie de tip C (coeficientului Pearson $r^2=0,343$ si un prag de semnificatie $p = 0,044$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu), cu un Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,529$ si un $p = 0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) si cu un Număr de comment-uri de tip E (coeficientului Pearson $r^2 =0,529$ si un $p = 0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu).

Există o corelatie pozitiva de intensitate submedie intre tipul de Selfie B si Numărul de like-uri de tip E (coeficientului Pearson $r^2= 0,355$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p = 0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) si intre tipul de Selfie B si Numărul de comment-uri de tip E(coeficientului Pearson $r^2= 0,355$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p = 0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu).

Numări de like-uri B se coreleaza semnificativ cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,378$; si un prag de semnificatie $p=0,023$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2 =0,504$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie de tip C (coeficientului Pearson $r^2= 0,519$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, like-uri de tip C (coeficientului Pearson $r^2= 0,517$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p =0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu nr. de comment-uri de tip C (coeficientului Pearson $r^2= 0,403$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p =0,018$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri B cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2=0,350$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p = 0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu), cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,470$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p= 0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite

respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu), cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,470$; corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu).

Selfie C cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,352$; corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,038$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie; cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,343$; corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,044$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,519$; corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,350$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri C cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,517$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Selfie D cu Selfie A (coeficientului Pearson $r^2=0,476$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri D cu Selfie A (coeficientului Pearson $r^2=0,551$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$; corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie; cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de comment-uri E cu Număr de comment -uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie; cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2=0,355$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie; cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Concluzie parțială:

Adolescentii care postează selfie, au experimentat mai multe tipuri de selfie: individual de tip A, de cuplu de tip B, individual, VIP, de tip C, de grup de tip D, cu animale de tip E. Monitorizarea și analiza de pe parcursul unei luni au aratat faptul ca tipul de selfie preferat, postat cu preponderenta, nu este corelat cu nivelul *stimei de sine* în mod direct. La nivel individual, din 40 de elevi unul singur a postat frecvent (în fiecare zi) și atipic. Acest personaj a fost scos din grup, pentru a stabili o valoare corelativă relevantă pentru majoritatea esanționului. În cazul elevului, prin studiul de caz, analizându-i separat rezultatele scalelor, s-a constatat ca *sentimentul propriei valori* este mai scăzut, iar postarea de selfie a fost văzută ca o necesitate de confirmare. S-a dovedit faptul că adolescentul care postează selfie-uri frecvent (zilnic) are o *încrederea în sine* mai mică decât cei care nu postează, sau postează mai puțin. *Imaginea de sine* este proiectată într-o lumină negativă în comparație cu ceilalți 39 de adolescenți monitorizați care nu postează cu o frecvență mare (zilnic) și în cazul carora nu se reamarcă o corelație între nivelul stimei de sine și postarea mai multor tipuri de selfie. Și *nivelul de așteptări* al celui care postează selfie este mai mare față de cel al celor care nu postează atât de des.

În concluzie, ipoteza de la care s-a pornit este adevărată. Numai în cazul postărilor de frecvență mare (zilnică) adepții selfie au stimă de sine scăzută comparativ cu adolescenții care nu postează. Din cei 40 de elevi doar în cazul celui cu postări zilnice s-a realizat corelația dintre selfie-uri și nivelul stimei de sine.

Ipoteza 2

Dependenta de facebook a fost măsurată prin testul dependentei de facebook și a luat în calcul timpul petrecut pe facebook de elevi/zi, conform monitorizării paginii de facebook *Teens Cluj* care permitea stabilirea accesărilor pe zile de către grupul de studiu și înregistrarea individuală a timpului petrecut exclusiv pe facebook.

În ceea ce privește *dependența față de facebook* a utilizatorilor adolescenți adepți ai *selfie-urilor* s-au remarcat:

Selfie A cu Număr de like-uri D (coeficientului Pearson $r^2 = 0,551$, corespunzând cu un prag de semnificație $p = 0,001$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate medie.

Număr de like-uri A cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,352$, corespunzând cu un prag de semnificație $p = 0,038$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate submedie.

Număr de comment-uri A cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,435$, corespunzând cu un prag de semnificație $p = 0,008$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate submedie; cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,504$, corespunzând cu un prag de semnificație $p = 0,002$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate medie; cu selfie de tip C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,343$, corespunzând unui prag de semnificație $p = 0,044$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate medie, cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzând cu un prag de semnificație $p = 0,001$, care e mai mic decât pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule și acceptarea ipotezei de studiu) - într-o corelație pozitivă de intensitate medie cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$,

corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Selfie B cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r_2=0,355$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r_2=0,355$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Numări de like-uri B cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r_2=0,378$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,023$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r_2=0,504$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r_2=0,519$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de like-uri C (coeficientului Pearson $r_2=0,517$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de comment-uri B cu Selfie C (coeficientului Pearson $r_2=0,350$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r_2=0,470$, corespuanzand cu un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r_2=0,470$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Selfie C cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r_2=0,352$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,038$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r_2=0,519$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r_2=0,350$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri C cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r_2=0,403$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,018$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Selfie D cu Selfie A (coeficientului Pearson $r_2=0,476$, corespuanzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne

permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Selfie E cu UF_SCOR (coeficientului Pearson $r^2=0,392$ si un prag de semnificatie $p=0,020$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$ si un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$ si un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$ si un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu nr. UF_SCOR (coeficientului Pearson $r^2=0,328$ si un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$ si un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$ si un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$ si un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu nr. de UF_SCOR (coeficientului Pearson $r^2=0,328$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

UF_SCOR cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,328$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,328$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Concluzie:

39 de utilizatori adolescenți, prosumeri pe facebook, posteaza rar (1 data/saptamana sau 2-3 ori/luna) si nu sunt dependenti de facebook, conform raspunsurilor oferite la testari si la monitorizari.

Utilizarea zilnica a facebook-ului nu se coreleaza in mod pozitiv cu postarea tuturor tipurilor de selfie. Pentru selfie de tip E, individul insotit de un animal, avem o corelatie pozitiva, in raport cu utilizarea facebook-ului. Fenomenul este explicabil. Desi facebook-ul este accesat zilnic, nu se posteaza zilnic selfie-uri.

In urma analizei rezultatelor la invatatura nu s-a realizat o corelatie pozitiva intre timpul petrecut pe facebook si situatia scolara a celor 39 de elevi prosumeri moderati. Pentru

singurul elev care foloseste excesiv facebook-ului si posteaza zilnic selfie, rezultatele la invatatura sunt slabe, iar ipoteza de la care s-a pornit se confirma.

Ipoteza 3

Atitudinile și convingerile: raționalitate, nevoia de confirmare a propriei valori, nevoia de realizare, nevoia de aprobare, nevoia de confort se asociază într-o măsură mai mare cu adolescenții care postează selfieuri zilnic față de cei care postează din cand in cand.

Număr de like-uri A cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,378$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,023$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 =0,352$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,038$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri A cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,504$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,343$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,044$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Selfie B cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,355$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,355$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri B cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,504$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2=0,519$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de like-uri C (coeficientului Pearson $r^2=0,517$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de comment-uri C (coeficientului Pearson $r^2=0,403$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,018$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri B cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2=0,350$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Selfie C cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,352$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,038$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,343$, corespunzand cu un prag de semnificatie $p=0,044$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,519$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,350$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri C cu Număr de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,517$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu GABS-SF (coeficientului Pearson $r^2= -0,319$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne indica admiterea ipotezei nule si respingerea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie negativa seminificativa de intensitate submedie.

Număr de comment-uri C cu Număr de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,403$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,018$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne indica admiterea ipotezei nule si respingerea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie negativa seminificativa de intensitate submedie, cu GABS-SF (coeficientului Pearson $r^2= -0,335$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne indica admiterea ipotezei nule si respingerea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie negativa seminificativa de intensitate submedie.

Selfie D cu Selfie A (coeficientului Pearson $r^2=0,446$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri D Selfie A (coeficientului Pearson $r^2=0,551$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de

eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2=0,355$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de comment-uri E cu comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2=0,529$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2=0,355$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2=0,470$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

GABS-SF cu Număr de like-rui de tip C (coeficientului Pearson $r^2= -0,319$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne indica admiterea ipotezei nule si respingerea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie negativa seminificativa de intensitate submedie si cu Număr de comment-uri de tip C (coeficientului Pearson $r^2= -0,335$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne indica admiterea ipotezei nule si respingerea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie negativa seminificativa de intensitate submedie.

Concluzie parțială:

Corelatiile realizate între tipurile de selfie-uri (A, B, C, D si E) si atitudinile si convingerile elevilor de clasa a X-a de la doua licee cu profil socio-uman, demonstreaza faptul ca *raționalitatea* nu se asociază într-o măsură mai mare adeptilor *selfie* decât adolescenților care nu postează. *Nevoia de confirmare a propriei valori, nevoia de realizare, nevoia de aprobare și nevoia de confort* sunt elemente specifice adolescenților.

În cazul studiului nostru, doar selfie-ul de tip C (corp întreg, ipostaza provocatoare) s-a corelat semnificativ cu scala de masurare a atitudinilor si convingerilor. Se pare ca postura de ansamblu, individualitatea ca întreg - care poarta în ea semnificatii de factura afectiva, cognitiva, dar mai ales sexuala - are nevoie de confirmare pentru adolescentii de 16 ani, implicati în studiul nostru. În cazul elevului prosumer activ, cu dependenta crescuta de facebook atat la nivelul ratiunitatii, a evaluarii globale a propriei valori, la nivelul nevoii de realizare, a nevoii de aprobare, a nevoii de confort si a gradului de irationalitate a înregistrat valori ridicate.

Ipoteza 4

Se prezumă existența unei corelații între gradul mare de dezirabilitate sociala și postările selfie-urilor.

Rezultatele obtinute în SPSS sunt:

Selfie A cu Selfie D (coeficientului Pearson $r^2 =0,476$, corespunzand unui prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri D (coeficientului Pearson $r^2 =0,551$, corespunzand

un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri A cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,435$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,008$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,378$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,023$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,352$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,038$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri A cu Număr de like-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,435$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,008$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,504$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,343$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,044$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Selfie B cu Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu dezirabilitate sociala scor (coeficientului Pearson $r^2 = 0,326$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri B cu Selfie C (coeficientului Pearson $r^2 = 0,350$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de like-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,470$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri E (coeficientului Pearson $r^2 = 0,470$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de $0,05$, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Selfie C cu Număr de like-uri A coeficientului Pearson ($r^2 = 0,352$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,038$) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,343$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,044$) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, cu Numări de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,519$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, cu Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,350$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,040$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri C cu Număr de like-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,517$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,002$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Selfie D cu Selfie A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,476$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de like-uri D Selfie A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,551$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie.

Număr de like-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, Selfie B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,470$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Număr de comment-uri E cu Număr de comment-uri A (coeficientului Pearson $r^2 = 0,529$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,001$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate medie, Selfie B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,355$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,036$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie, Număr de comment-uri B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,470$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,004$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Dezirabilitate sociala scor cu Selfie B (coeficientului Pearson $r^2 = 0,326$, corespunzand un prag de semnificatie $p=0,050$, care e mai mic decat pragul maxim de eroare admis de 0,05, ceea ce ne permite respingerea ipotezei nule si acceptarea ipotezei de studiu) - intr-o corelatie pozitiva de intensitate submedie.

Concluzie parțială:

În ceea ce privește corelații între gradul mare de *dezirabilitate sociala* și postările selfie-urilor, adolescenții care postează frecvent și cei care nu postează frecvent *selfie* adoptă un comportament dezirabil în scopul conformismului social (moda). Tipurile de selfie-uri întâlnite pe paginile lor de facebook sunt după modelul selfie-urilor postate de vedete de muzică pop, rock, danse, ..., vedete de televiziune, vedete promovate de marea presă (TV, Radio, presă online).

Dezirabilitate socială se corelează pozitiv și în mod semnificativ cu tipul de selfie B, adică cu tipul de selfie în care apare individul însoțit de un/o prieten/a. Implicarea individului într-un context social, după modelul *selfie*-urilor consacrate în marea presă, crește proporțional cu valoarea dezirabilității sociale (stabilite prin programul SPSS) și contribuie la creșterea acceptării sociale, din partea grupului mic, apropiat social, din care adolescentul face parte. Această concluzie este valabilă pentru toți cei 40 de elevi implicați în studiu.

Concluzie finală:

Impactul pe care utilizarea facebook-ului și postarea selfie-urilor îl au asupra manifestării stimei de sine și asupra comportamentului mimetic la adolescenții de 16 ani înregistrează o variație în raport cu timpul de utilizare a facebook-ului, gradul de dependență de facebook, elementele specifice, individuale ale subiecților implicați în esanșionul de studiu.

Din grupul de 40 de elevi monitorizați, 39 sunt elevi care utilizează facebook-ul zilnic max 2 ore /zi și postează 1 dată/săptămână sau 2-3 ori/lună. În cazul lor stima de sine nu este influențată în mod semnificativ, dependența de facebook este mică, atitudinile și convingerile (raționalitate, nevoia de confirmare a propriei valori, nevoia de realizare, nevoia de aprobare, nevoia de confort) nu se asociază într-o măsură semnificativă. În schimb, dezirabilitatea socială se corelează semnificativ cu activitatea adolescenților pe facebook (în special postarea tipurilor de selfie).

În cazul studentului cu dependență de facebook, toate ipotezele cercetării se confirmă. Asadar, facebook-ul utilizat moderat, rațional, nu poate influența în mod negativ. Dacă apare fenomenul de exces, ca în orice exces, consecințele sunt negative.

Grupul de elevi, selectat în scopul realizării studiului este mic. Dar poate constitui un esanșion – pilot, care să genereze în perspectiva o cercetare la nivel macro.

Facebook-ul încearcă în mod perseverent, prin diferite servicii atractive, aduse zilnic pe piața comunicării, să capteze atenția utilizatorilor, să le cultive fidelitatea. Efectele pe care aceste beneficii tehnice le au asupra psihicului uman, asupra vieții noastre sunt un rezultat coroborat cu modul de administrare a acestor mijloace de comunicare în masă, alături de contextul social, de specificul individual, de nivelul de cultură și de instruire, de specificitățile individuale.

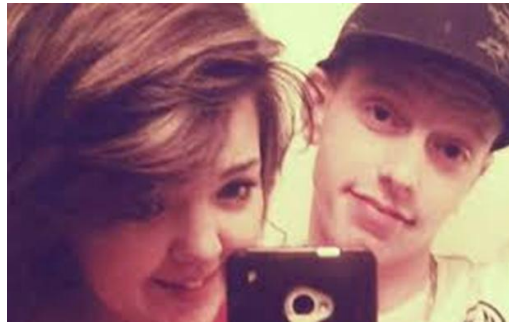
Anexa

Tipuri de selfie monitorizate, preluate din marea presă (TV, Radio, new media)

Selfie de tip A: Selfie de tip A – duce face, face zambitoare, bust, mina provocatoare



Selfie de tip B – cuplu sau dublu selfie, cu un prieten/iubit, prietena/iubita



Selfie de tip C – corp intreg sau o mare parte din corp, fata su lateral, mina tip VIP, Lady Gaga, Justin Bieber, Rihanna, Bianca Dragusanu



Selfie de tip D – grup de mai multi, de tip Ellen DeGeneres, presedintele Barack Obama, Bill Clinton, Ellen DeGeneres, facand reclama la tel Samsung

