

ANALIZA DATELOR DIGITALE

MEDIA DIGITALĂ, ANUL 3



SOCIAL MEDIA MENACE

Berteanu Briana, Păun Roxana, Sculian Victor, Tofan Răzvan, Vulc Marian

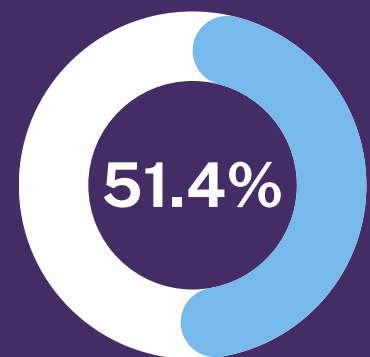
INTRODUCERE

Analiza prezentată examinează comportamentele utilizatorilor de social media în funcție de mai multe criterii. Explorăm atât avantajele, cât și riscurile utilizării rețelelor sociale, analizând impactul acestora asupra comportamentului utilizatorilor și modului în care gestionăm timpul și informația. Identificarea unui echilibru sănătos între consumul de social media și viața cotidiană devine din ce în ce mai importantă într-o lume dinamică și hiperconectată.



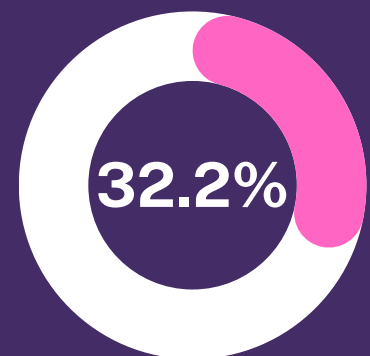
NUMĂRUL PARTICIPANȚILOR

La acest studiu au participat 1000
de persoane



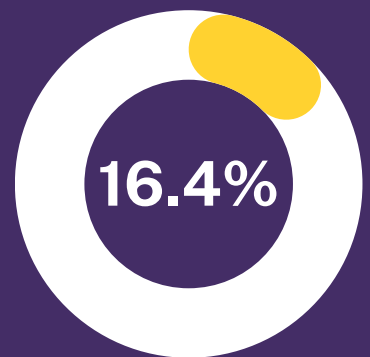
BĂRBAȚI

514 participanți



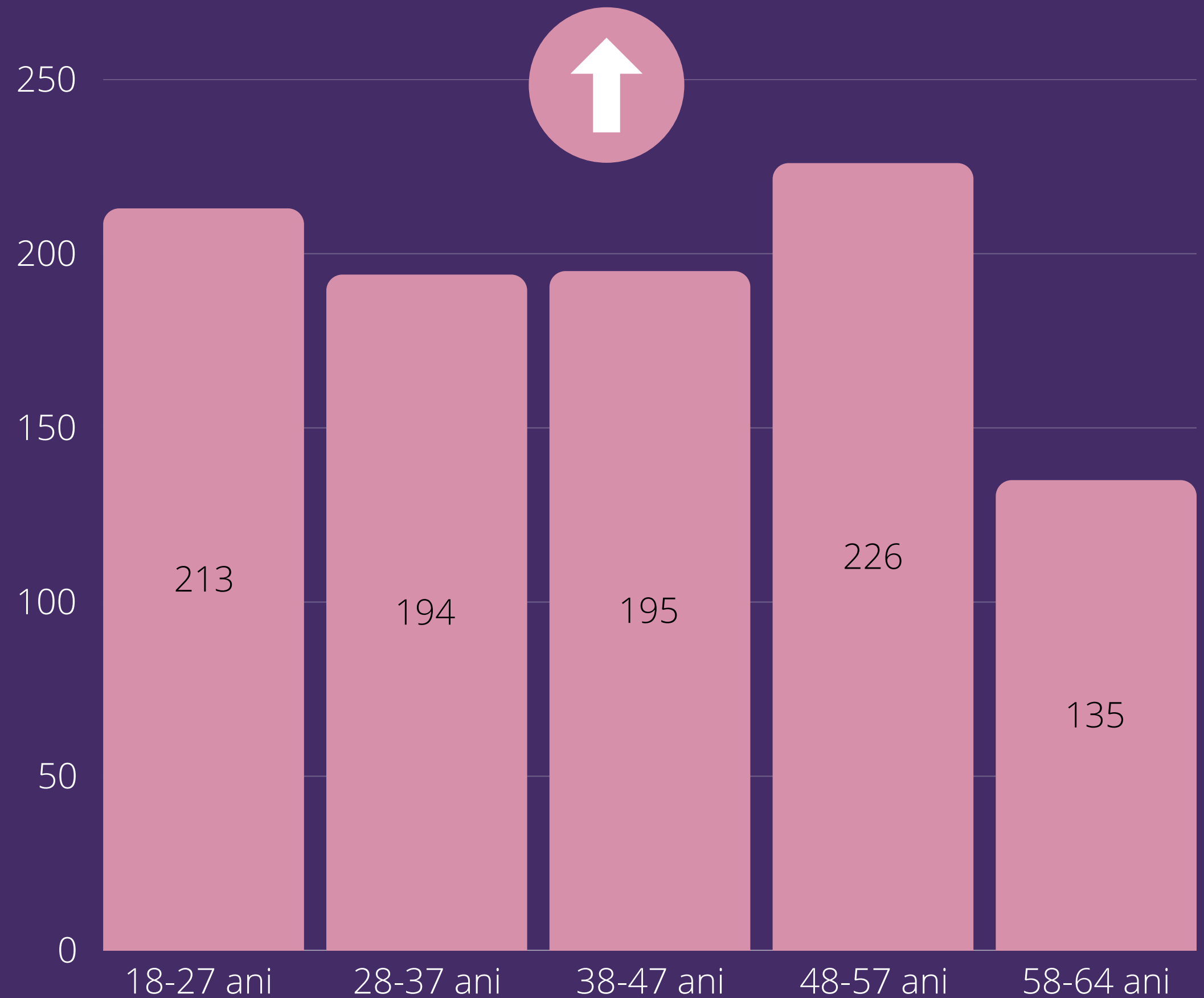
FEMEI

322 participanți

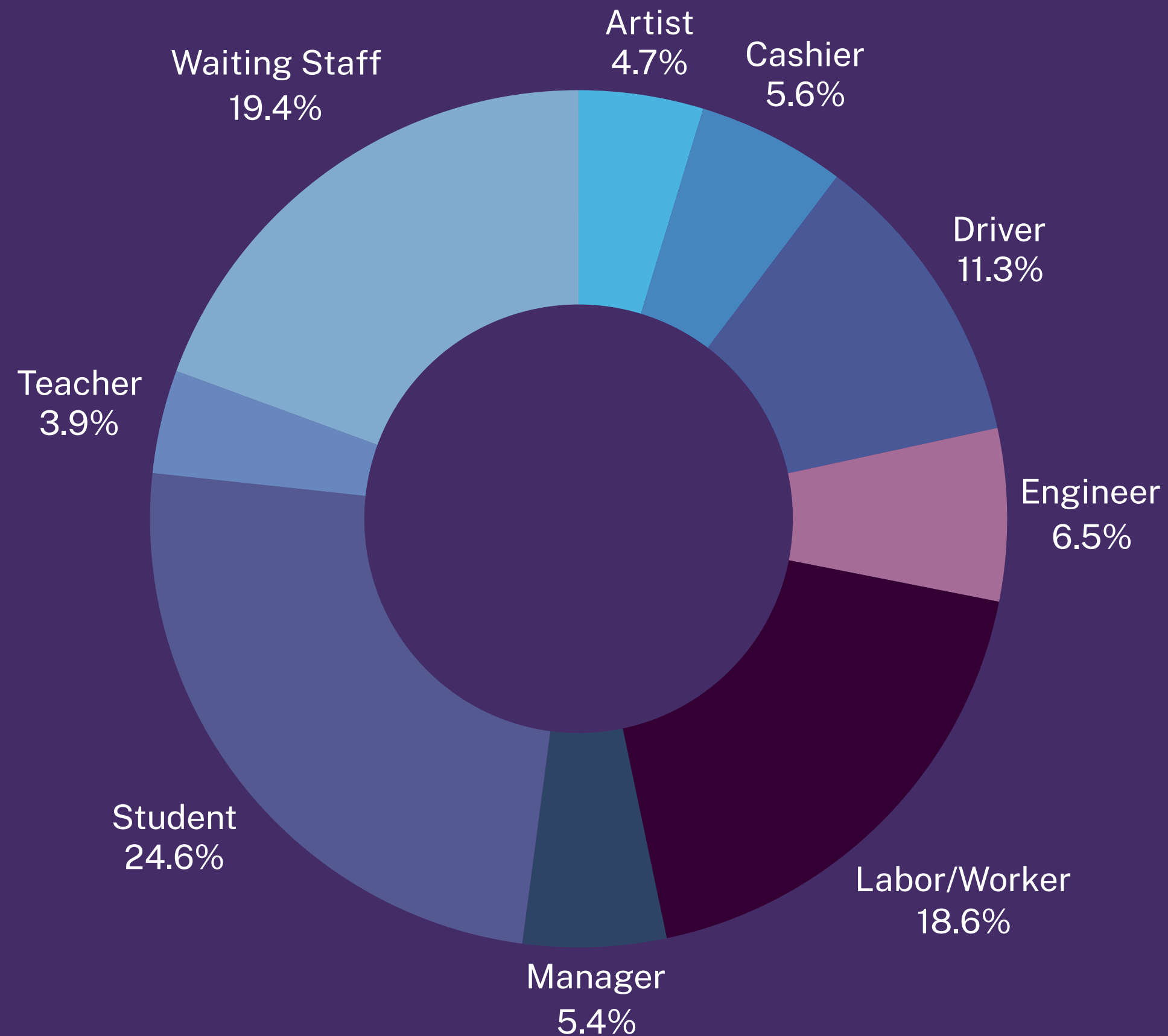


ALTELE

164 participanți



OCUPAȚII ALE PARTICIPANȚILOR



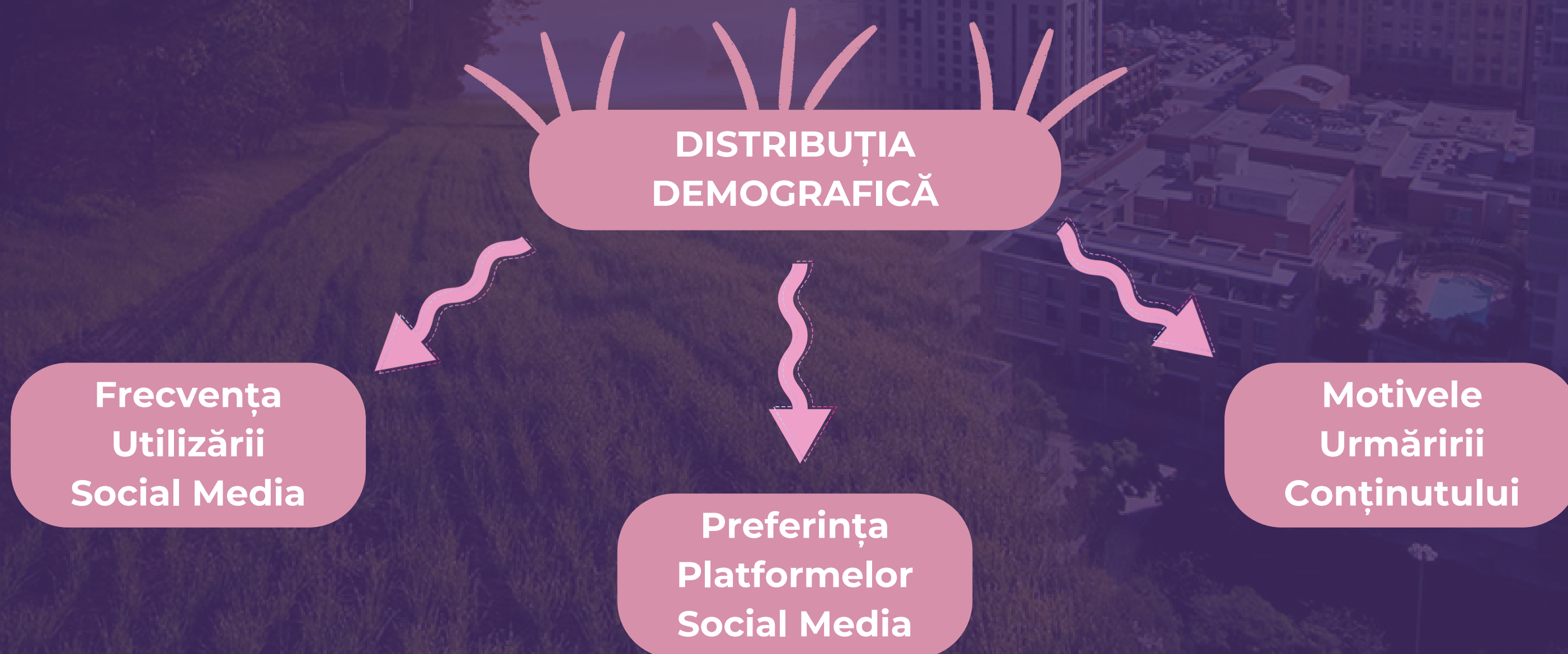
Persoanele participante la acest sondaj se află în 9 categorii diferite de ocupații.



Cei mai mulți participanți sunt studenți (24.6%) iar cei mai puțini sunt profesori (3.9%).

ANALIZA DEMOGRAFICĂ A UTILIZATORILOR PE PLATFORMELE SOCIALE: URBAN VS RURAL

O comparație între comportamentele și preferințele utilizatorilor din mediile urban și rural



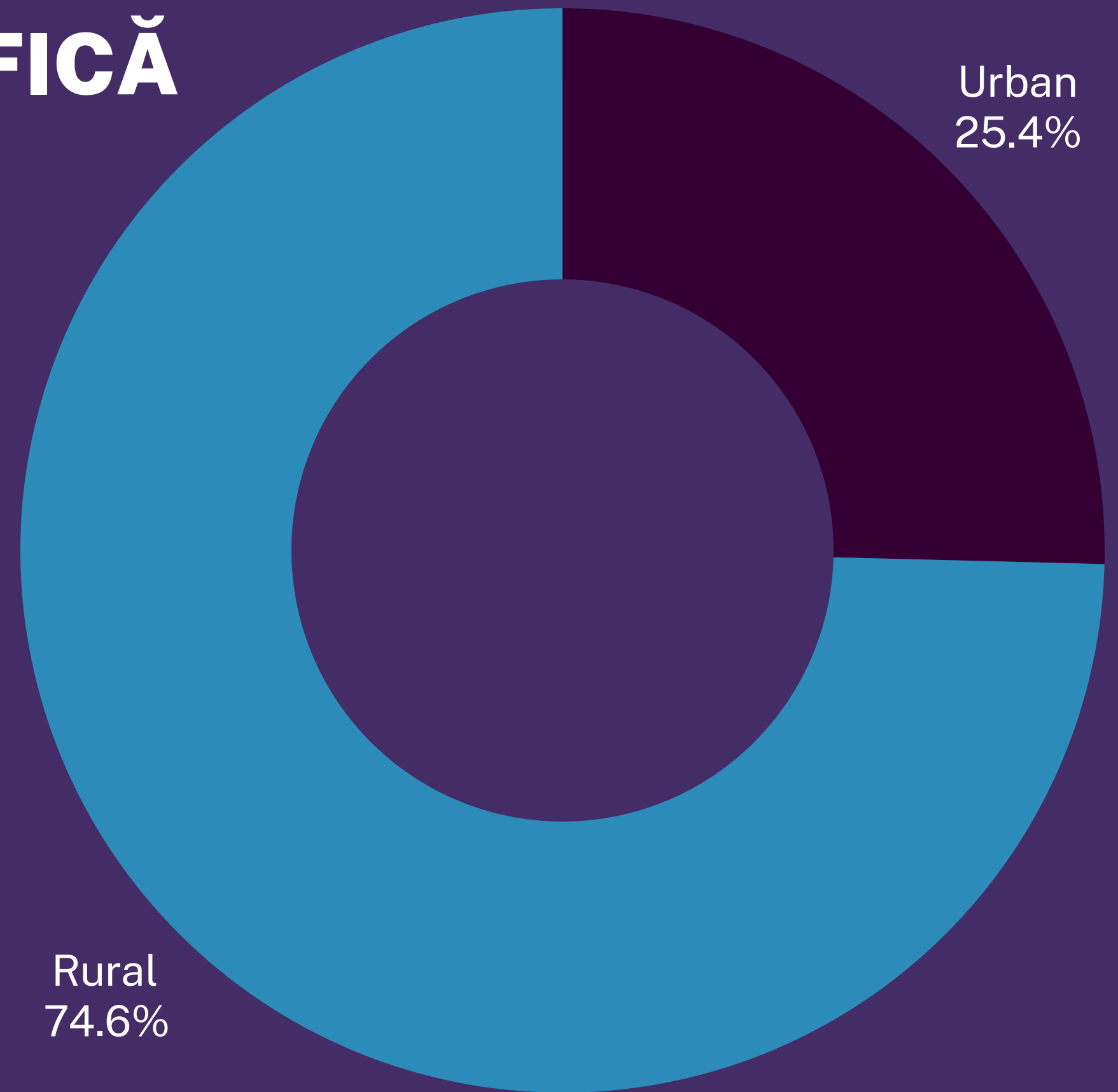
DISTRIBUȚIA DEMOGRAFICĂ A UTILIZATORILOR



Populația utilizatorilor este distribuită inegal între mediul rural și urban: 74,6% provin din rural și doar 25,4% din urban.



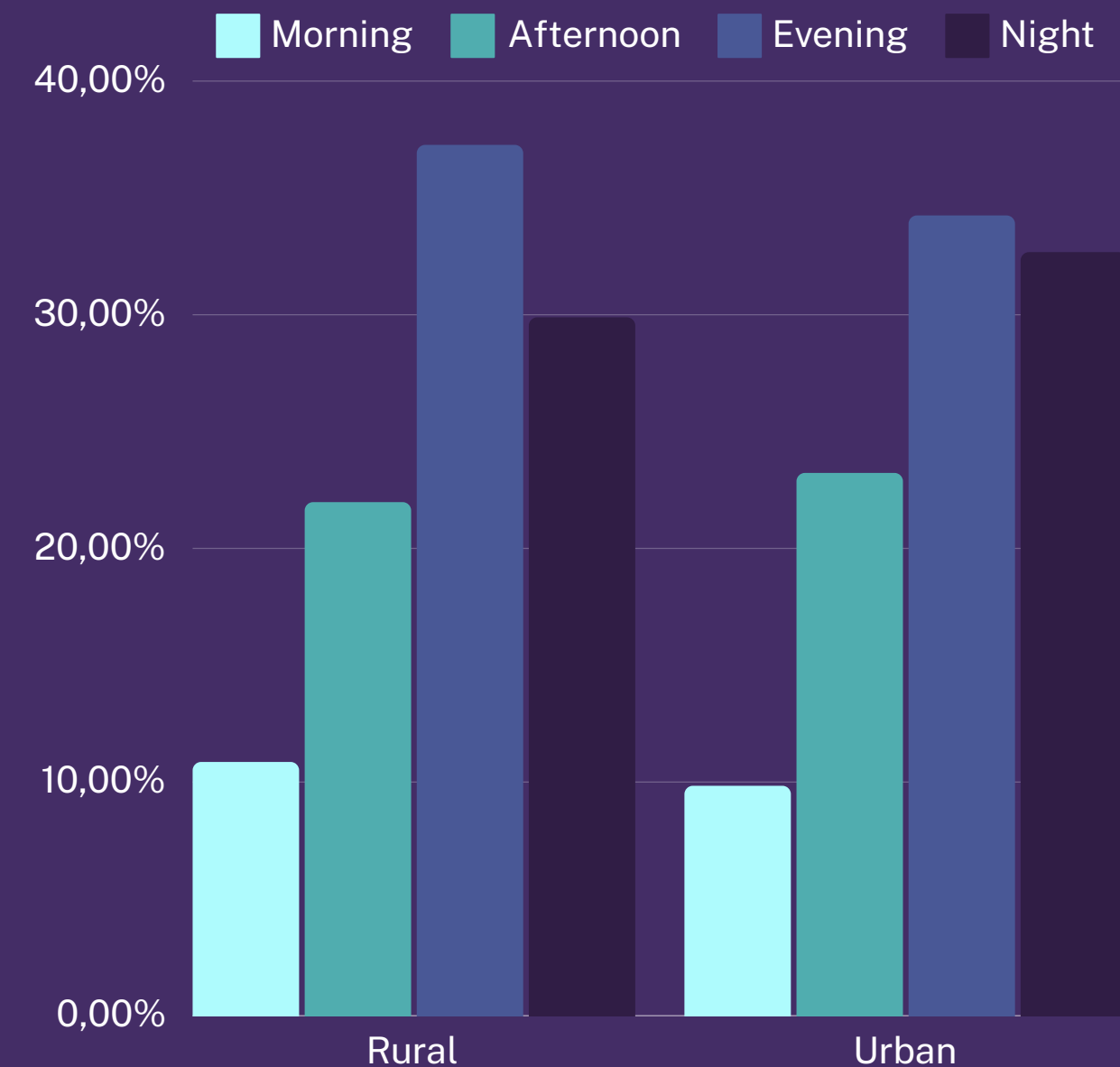
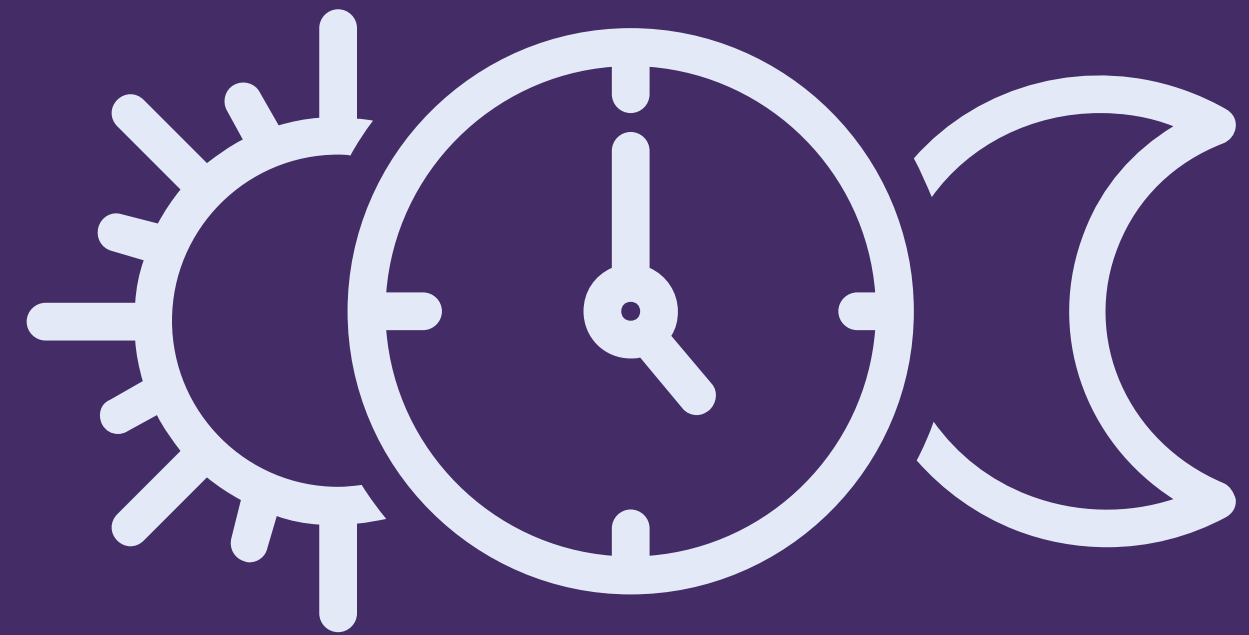
Analiza a fost realizată utilizând procente pentru a asigura comparații echitabile între cele două categorii demografice, având în vedere distribuția numerică dezechilibrată.



FRECVENȚA UTILIZĂRII SOCIAL MEDIA

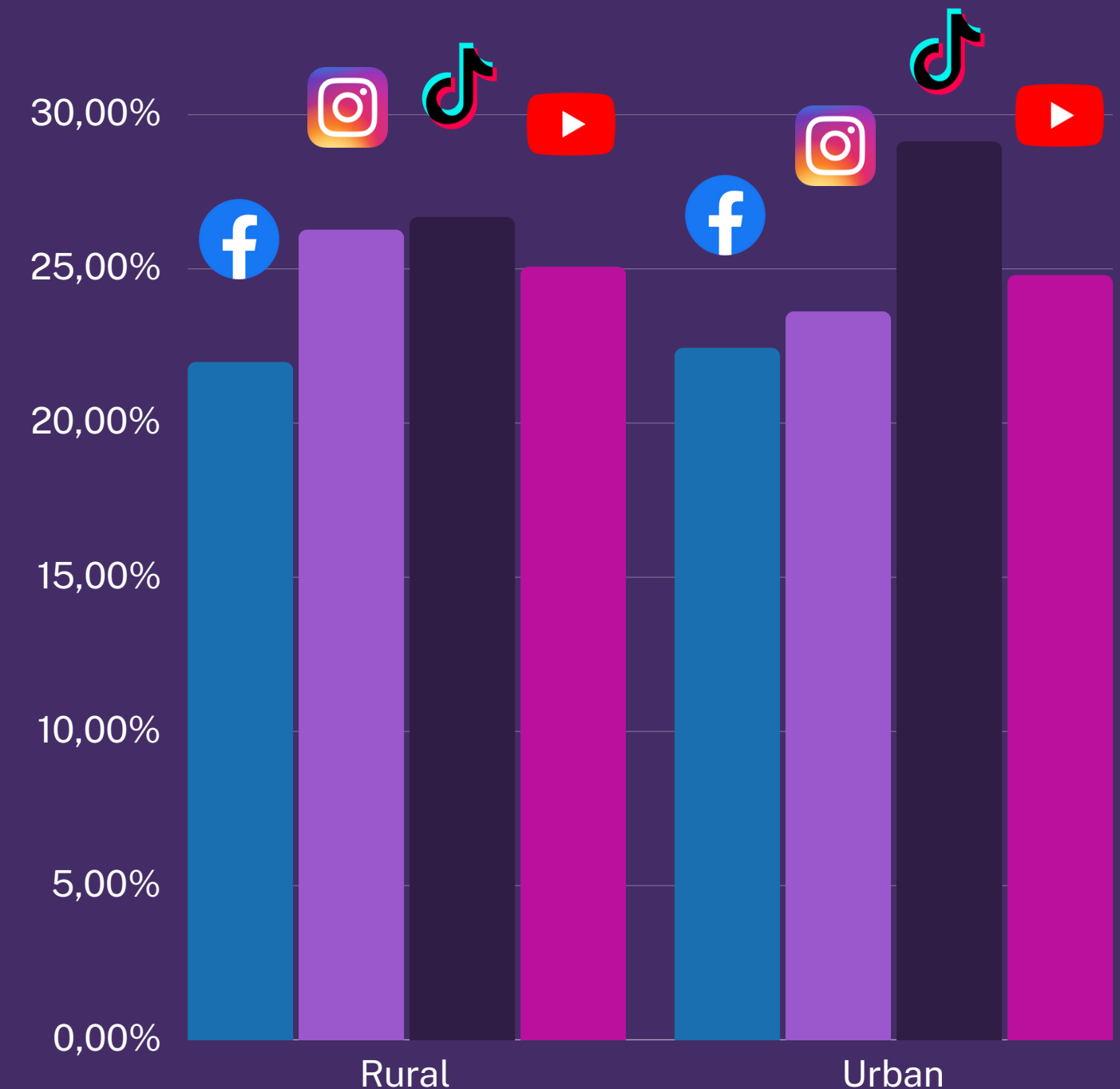
Graficul compară perioadele din zi în care utilizatorii din mediul rural și urban accesează rețelele sociale, diferențele de stil de viață influențând tiparele de utilizare:

Se observă că în ambele medii, seara este momentul dominant pentru utilizare, cu un procentaj de 37% în mediul rural și 34% în mediul urban. În mediul urban, noaptea are o pondere semnificativă, de peste 32%, ceea ce indică o activitate digitală intensă după orele obișnuite.



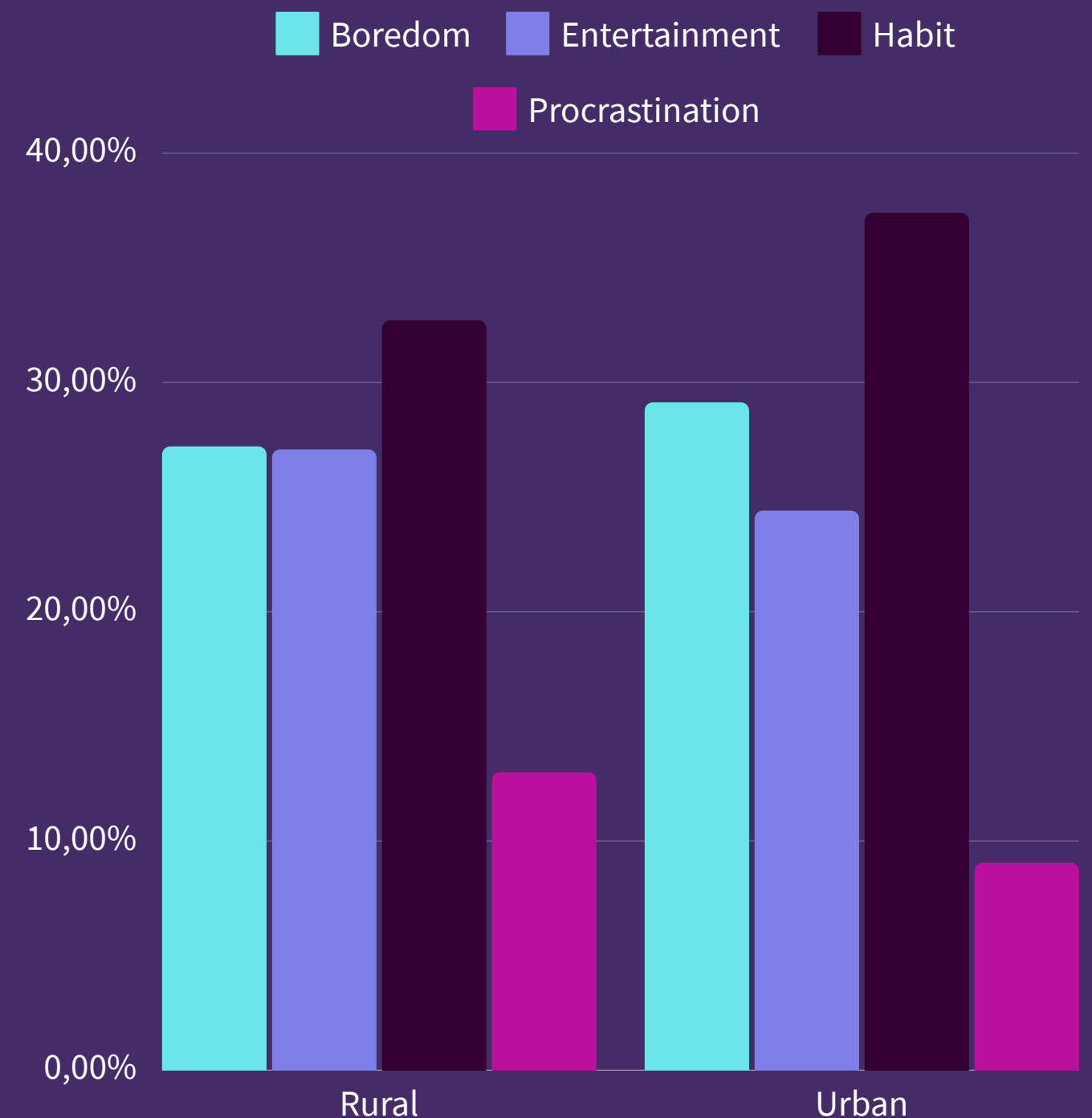
PREFERINȚA PLATFORMELOR SOCIAL MEDIA

Graficul compară utilizarea principalelor platforme de social media în mediul rural și urban. Se observă că în ambele medii, Facebook, Instagram, TikTok și YouTube au procente aproximativ apropiate, însă există diferențe notabile. Totuși, TikTok este mult mai utilizat în mediul urban, având cea mai mare pondere dintre toate platformele analizate, ceea ce reflectă o preferință crescută pentru formate scurte și captivante, în timp ce în mediul rural, platforma Instagram este mai populară, neadaptându-se poate, încă, la tendințele din mediul urban.



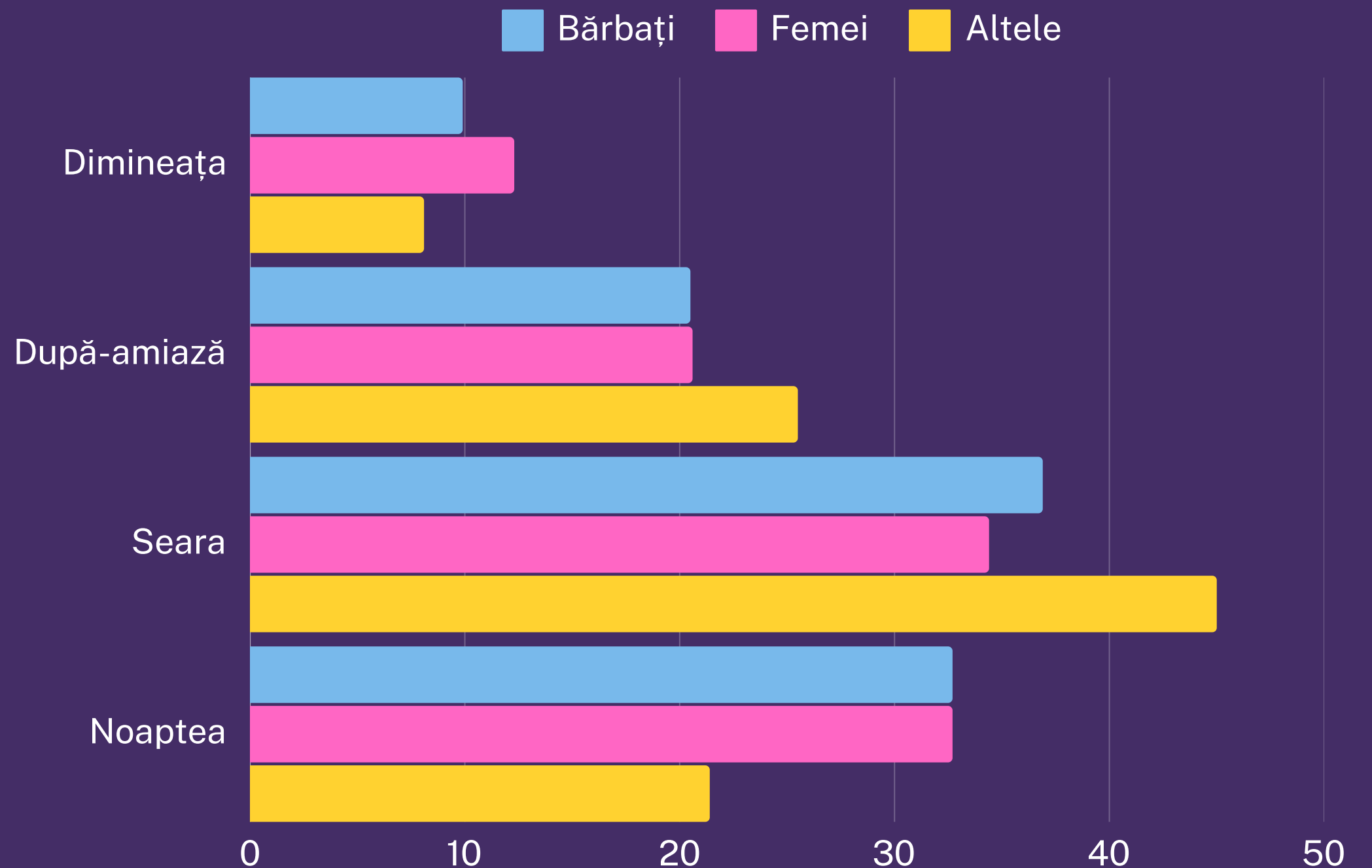
MOTIVELE URMĂRIIRII CONȚINUTULUI

Graficul compară motivele utilizării rețelelor sociale în mediul rural și urban. Se observă că în ambele medii, „Habit” (obiceiul) reprezintă motivul predominant, mai pronunțat în mediul urban, unde ajunge la peste 37%. „Entertainment” (divertismentul) are valori similare în ambele medii, în jur de 25%. În schimb, „Boredom” (plictiseala) este mai frecvent întâlnită în mediul rural decât în cel urban



ANALIZA ÎN FUNCȚIE DE PERIOADA ZILEI

În ceea ce privește utilizarea în diferite momente ale zilei, se observă că seara este intervalul cu cea mai mare activitate, urmat de noapte, după-amiază și dimineață. Utilizatorii de sex masculin au o activitate mai intensă în toate segmentele temporale comparativ cu celelalte categorii.



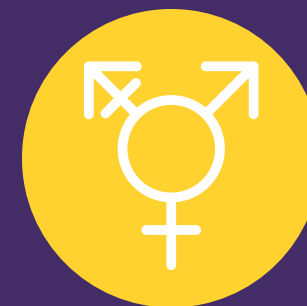
BĂRBAȚI

Bărbații petrec mai mult timp pe internet seara



FEMEI

Femeile petrec mai mult timp pe internet seara și noaptea



ALTELE

Persoanele petrec mai mult timp pe internet seara

UTILIZAREA SISTEMELOR DE OPERARE

Android este cel mai utilizat, cu 500 de utilizatori din 1000.

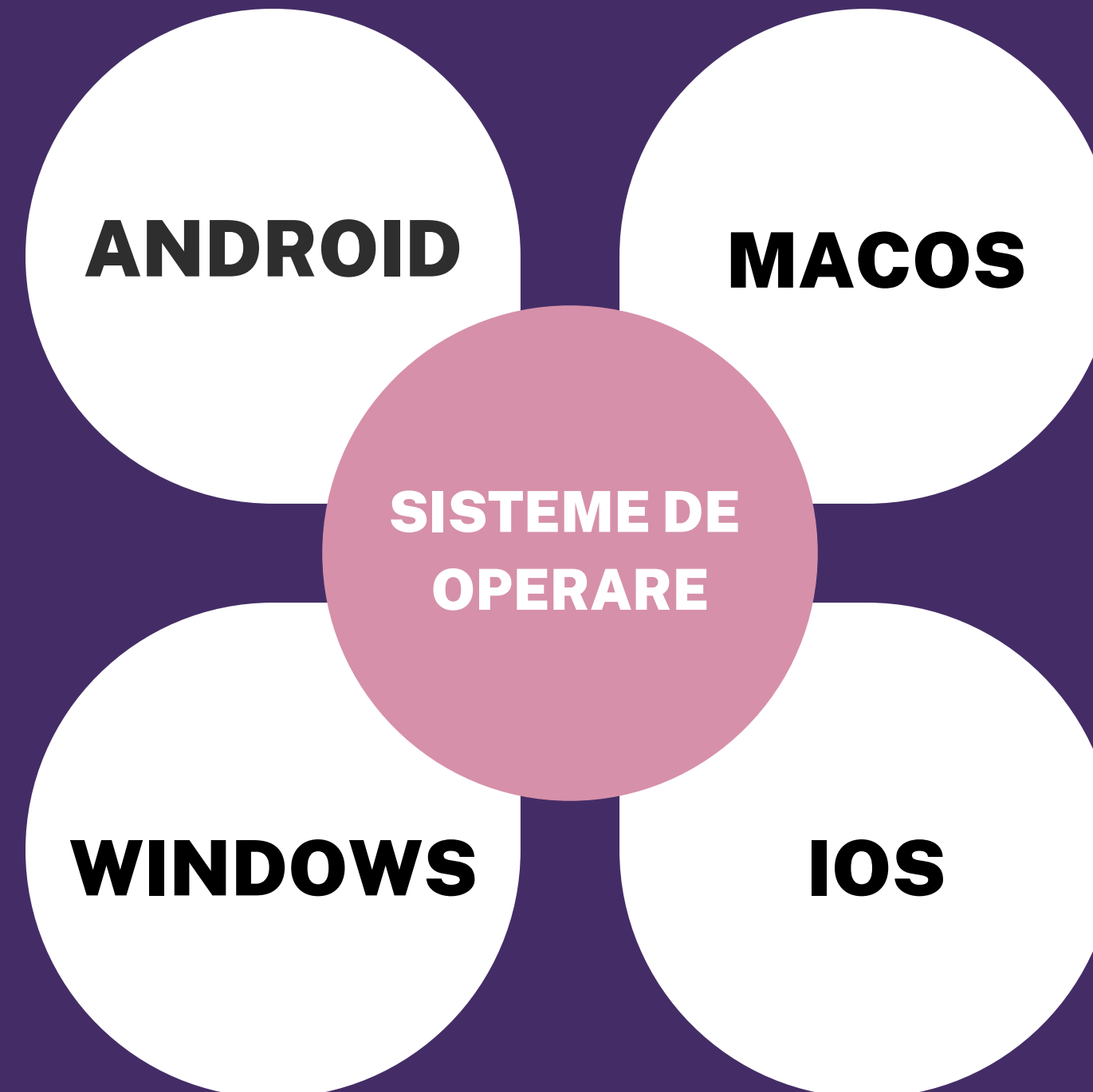
Din care:

- 53% - Bărbați
- 32% - Femei
- 15% - Altele

Windows are un număr de 123 utilizatori din 1000

Din care:

- 53% - Bărbați
- 33% - Femei
- 14% - Altele



MacOS are cel mai mic număr de utilizatori. Acesta este folosit doar de 116 de utilizatori din 1000

Din care:

- 47% - Bărbați
- 35% - Femei
- 18% - Altele

iOS are un număr de 261 de utilizatori din 1000

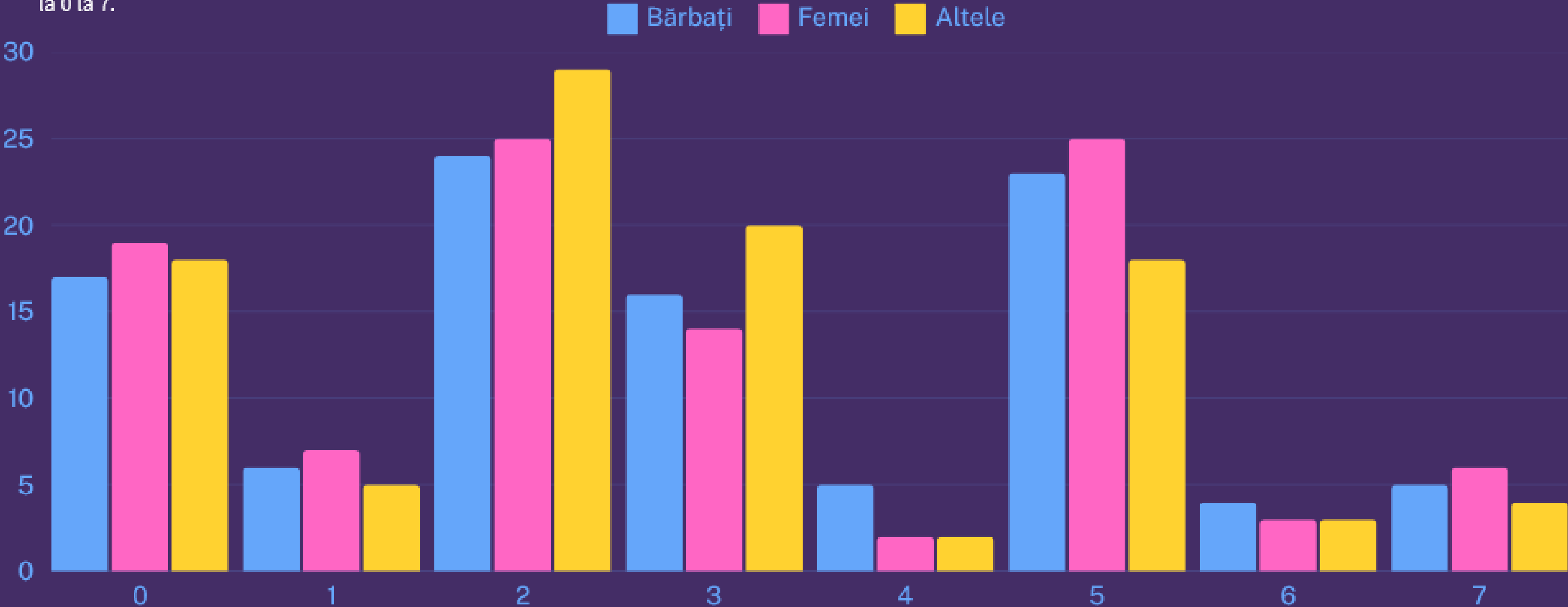
Din care:

- 49% - Bărbați
- 31% - Femei
- 19% - Altele

NIVELUL DE DEPENDENȚĂ DIGITALĂ

Utilizatorii sunt clasificați pe o scală de dependență de la 0 la 7.

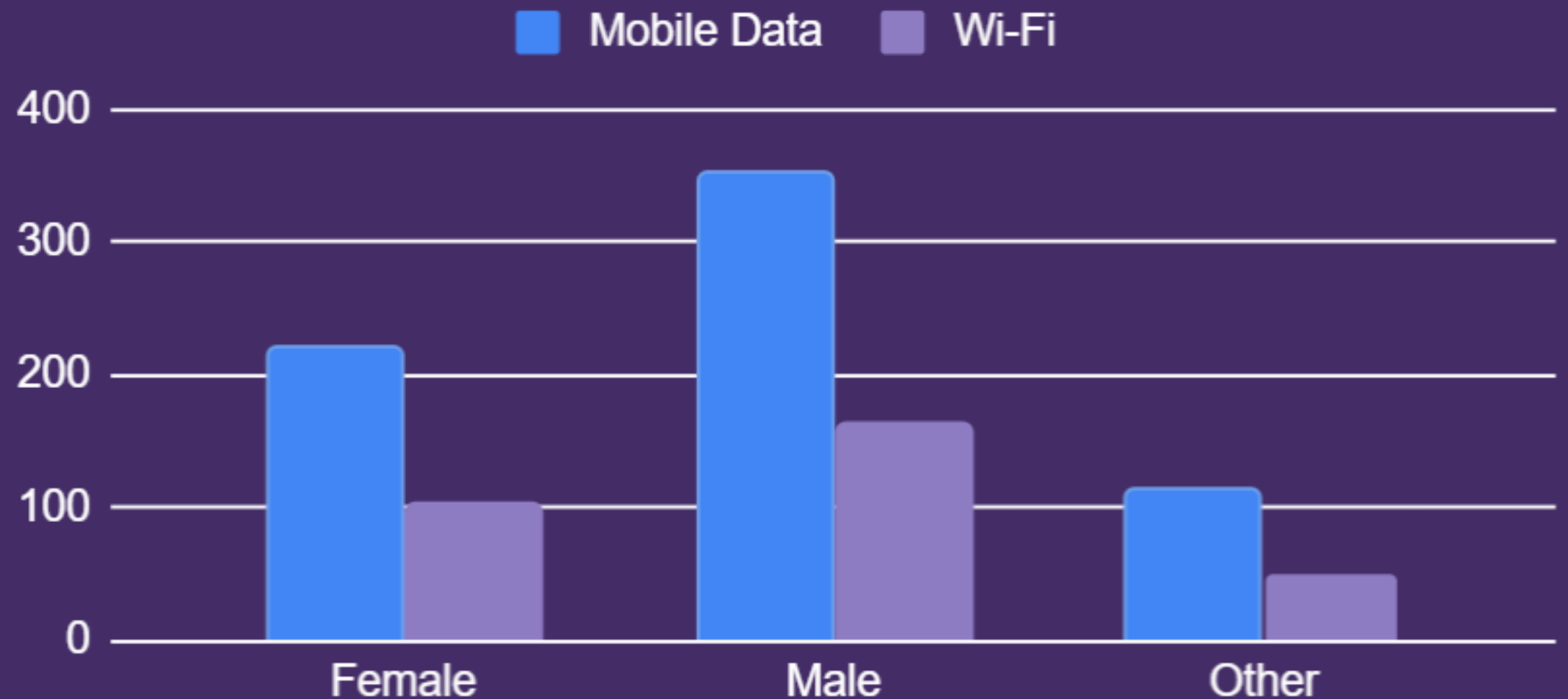
Se observă că nivelul de dependență cel mai frecvent se situează la nivelul 2, unde procentele sunt cele mai ridicate pentru toate categoriile de gen. Proporțiile scad progresiv pe măsură ce nivelul de dependență crește, ceea ce indică o distribuție normală a utilizării internetului, cu o majoritate a utilizatorilor aflați la un nivel moderat de dependență.



TIPUL DE CONEXIUNE LA INTERNET

Tabelul reprezintă numărul de utilizatori (din 1000 de participanți) în funcție de gen pentru fiecare dintre tipurile de conexiune la internet.

Mobile Data și Wi-Fi



Utilizatorii sunt segmentați în funcție de utilizarea conexiunilor mobile și Wi-Fi. Se observă o tendință clară de preferință pentru internetul mobil, cu o utilizare mai mare în rândul tuturor categoriilor de gen.

Această tendință sugerează un consum de conținut digital în mișcare, fără o dependență majoră de rețelele fixe de internet.

BĂRBAȚI

352 (69%) din 514 bărbați preferă datele mobile, în timp ce 162 (31%) din 514 bărbați preferă Wi-Fi.

FEMEI

220 (68%) din 322 femei preferă datele mobile, în timp ce 102 (32%) din 322 femei preferă Wi-Fi.

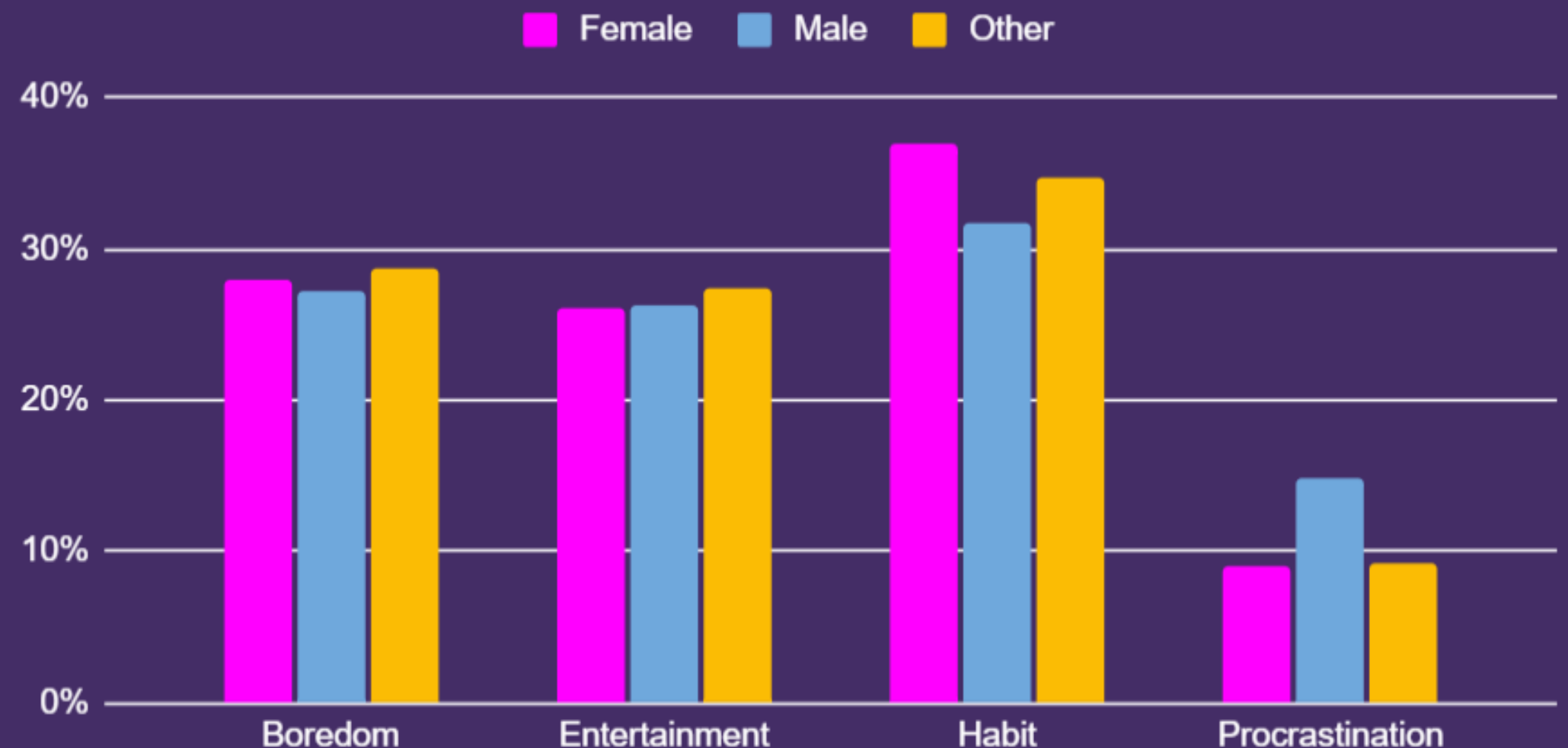
ALTELE

114 (70%) din 164 persoane preferă datele mobile, în timp ce 50 (30%) din persoane preferă Wi-Fi.

MOTIVAȚIILE CONSUMULUI DE CONȚINUT DIGITAL

Tabelul reprezintă procentul utilizatori (din 1000 de participanți) în funcție de gen pentru fiecare dintre motivele pentru care petrec timp pe internet.

Female, Male și Other



Motivele pentru care utilizatorii petrec timp online sunt clasificate în patru categorii principale: plictiseală, divertisment, obicei și procrastinare. Cel mai frecvent motiv identificat este „obiceiul” (36,9%), urmat de divertisment (26,4%), plictiseală (27,7%) și procrastinare (12,0%). Aceasta indică faptul că utilizarea internetului este puternic influențată de formarea unor rutine zilnice, mai degrabă decât de o nevoie ocazională de relaxare sau distracție.



BĂRBAȚI

27% - Plictiseală
26% - Divertisment
32% - Obicei
15% - Procrastinare



FEMEI

28% - Plictiseală
26% - Divertisment
37% - Obicei
9 % - Procrastinare

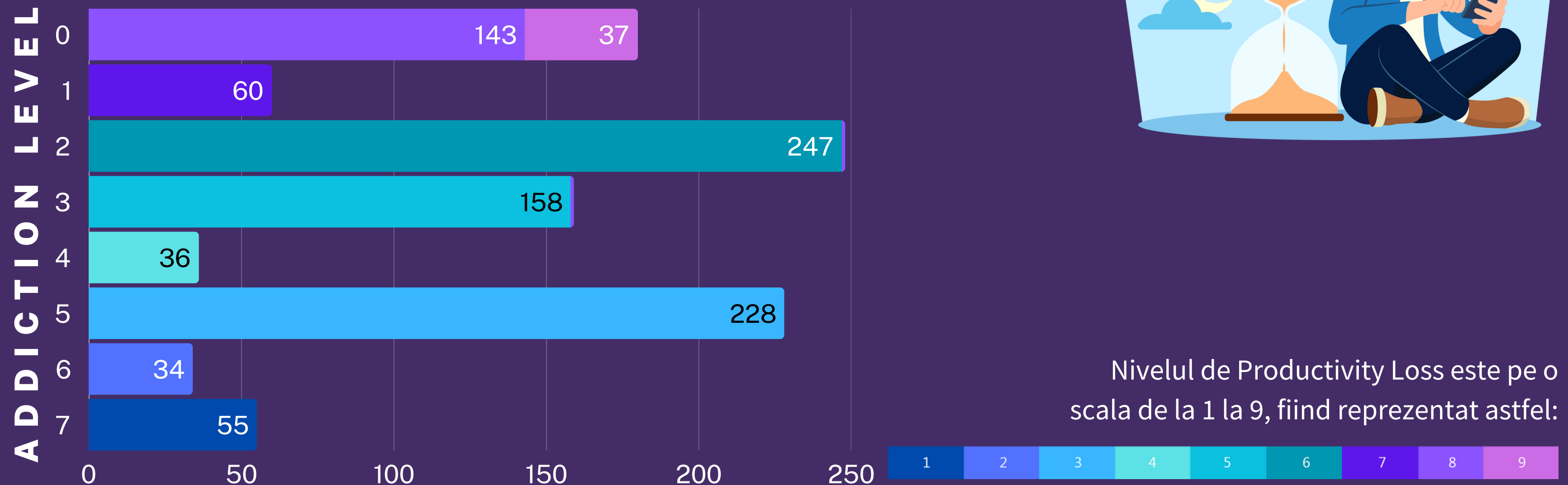


ALTELE

29% - Plictiseală
27% - Divertisment
35% - Obicei
9 % - Procrastinare

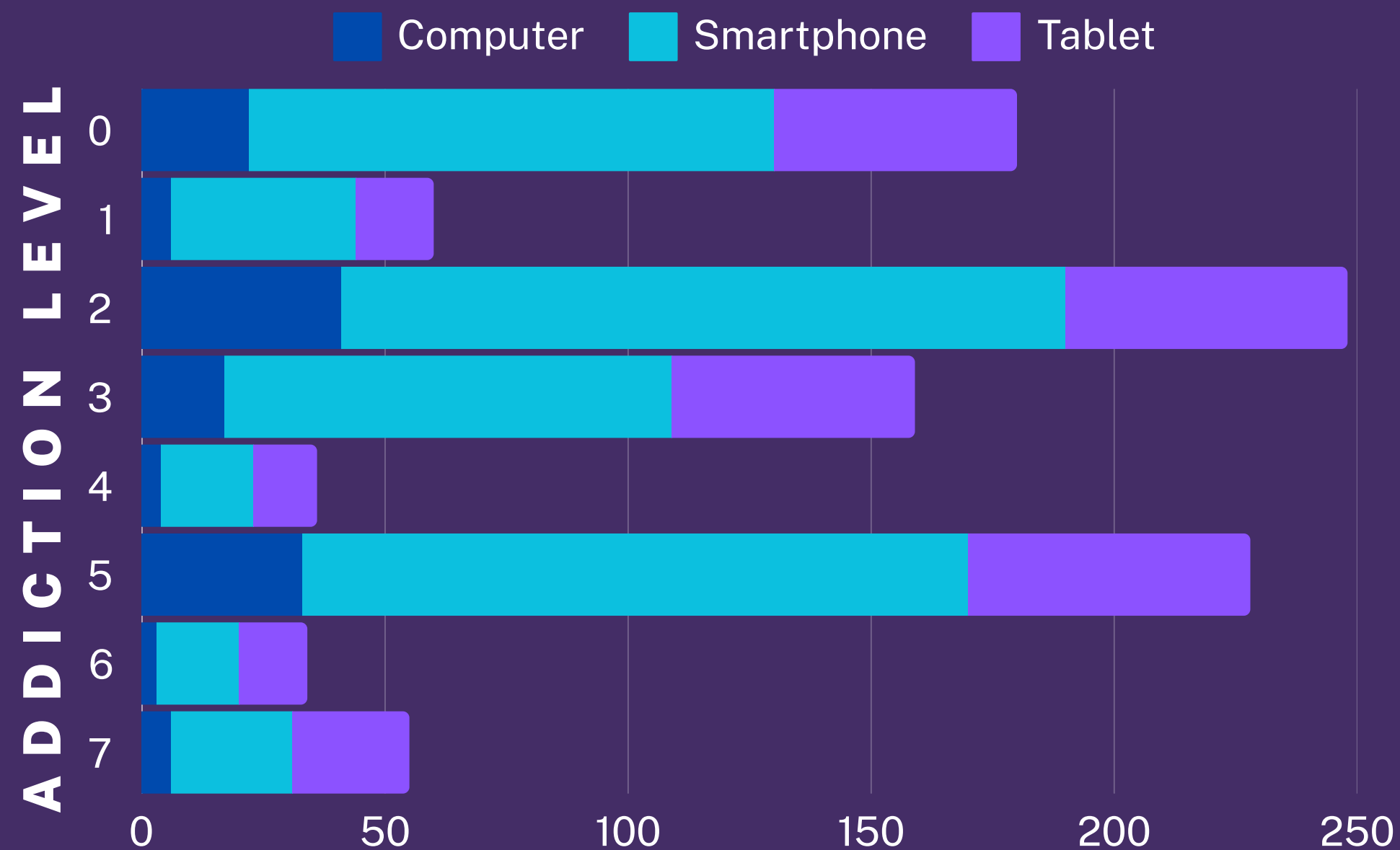
SOCIAL MEDIA ȘI PIERDEREA PRODUCTIVITĂȚII

Dependența de social media reduce productivitatea, afectând mai ales persoanele cu un nivel ridicat de utilizare. Cei care folosesc moderat reușesc să-și gestioneze mai bine timpul, sugerând că un consum echilibrat poate preveni efectele negative.



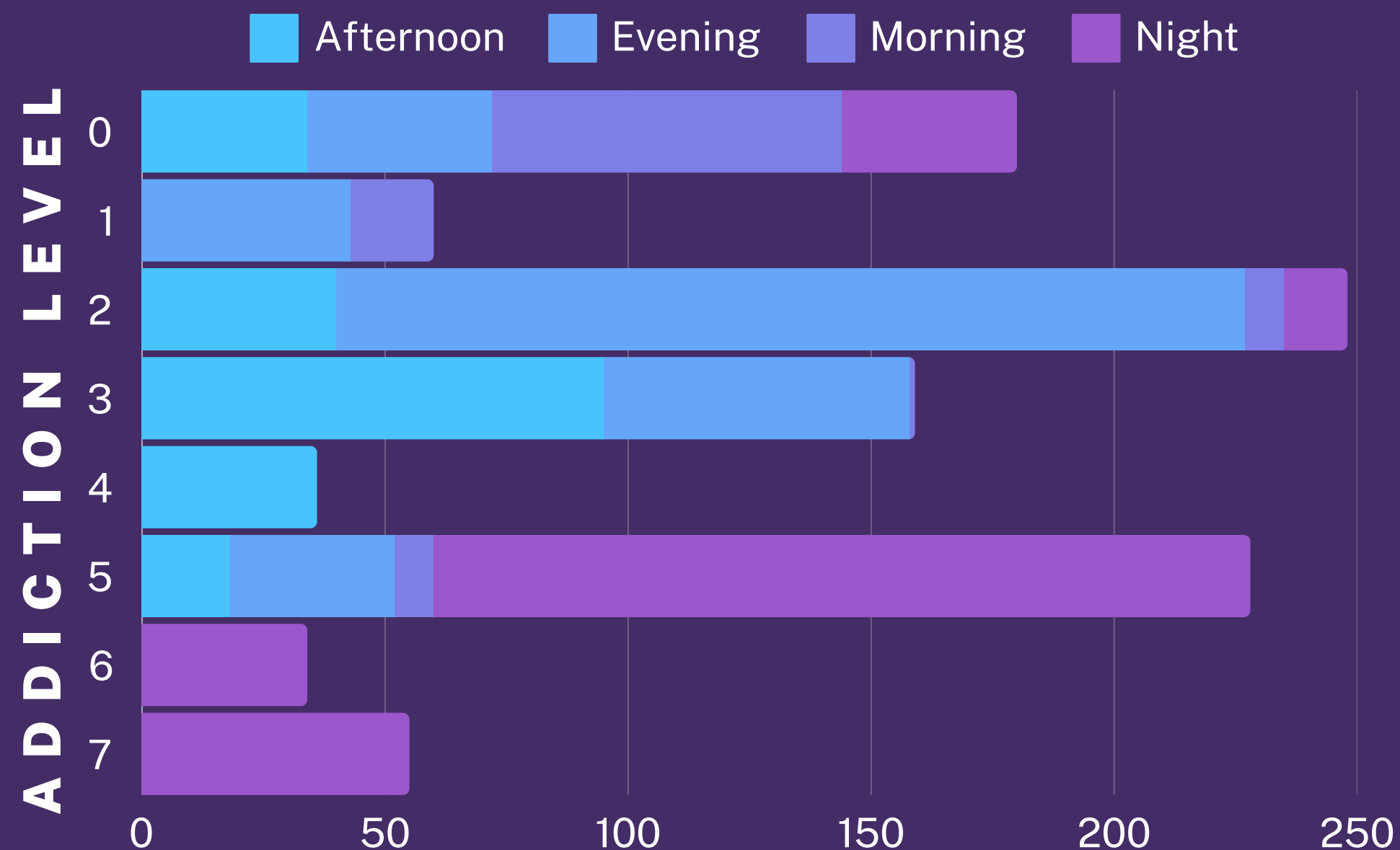
CE DISPOZITIVE SUNT FOLOSITE CEL MAI DES?

Smartphone-ul este dispozitivul preferat pentru social media, mai ales la utilizatorii cu un grad de dependență mai mare, în timp ce cei echilibrați folosesc și computere, sugerând un scop mai productiv.



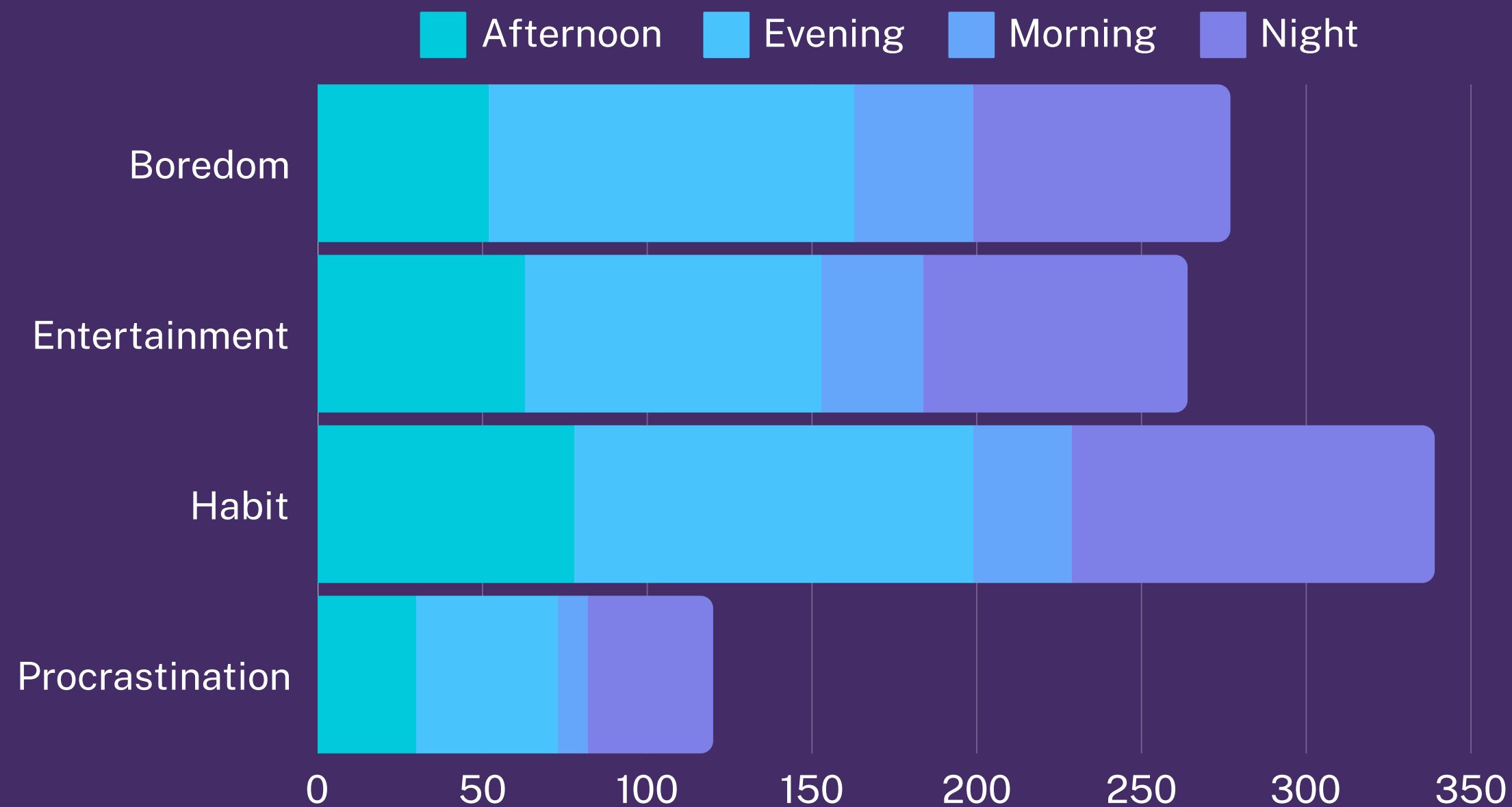
CÂND FOLOSESC OAMENII CEL MAI MULT SOCIAL MEDIA?

Utilizatorii cu dependență moderată folosesc social media dimineața și după-amiaza, iar cei cu dependență ridicată sunt mai activi seara și noaptea, ceea ce poate afecta somnul.

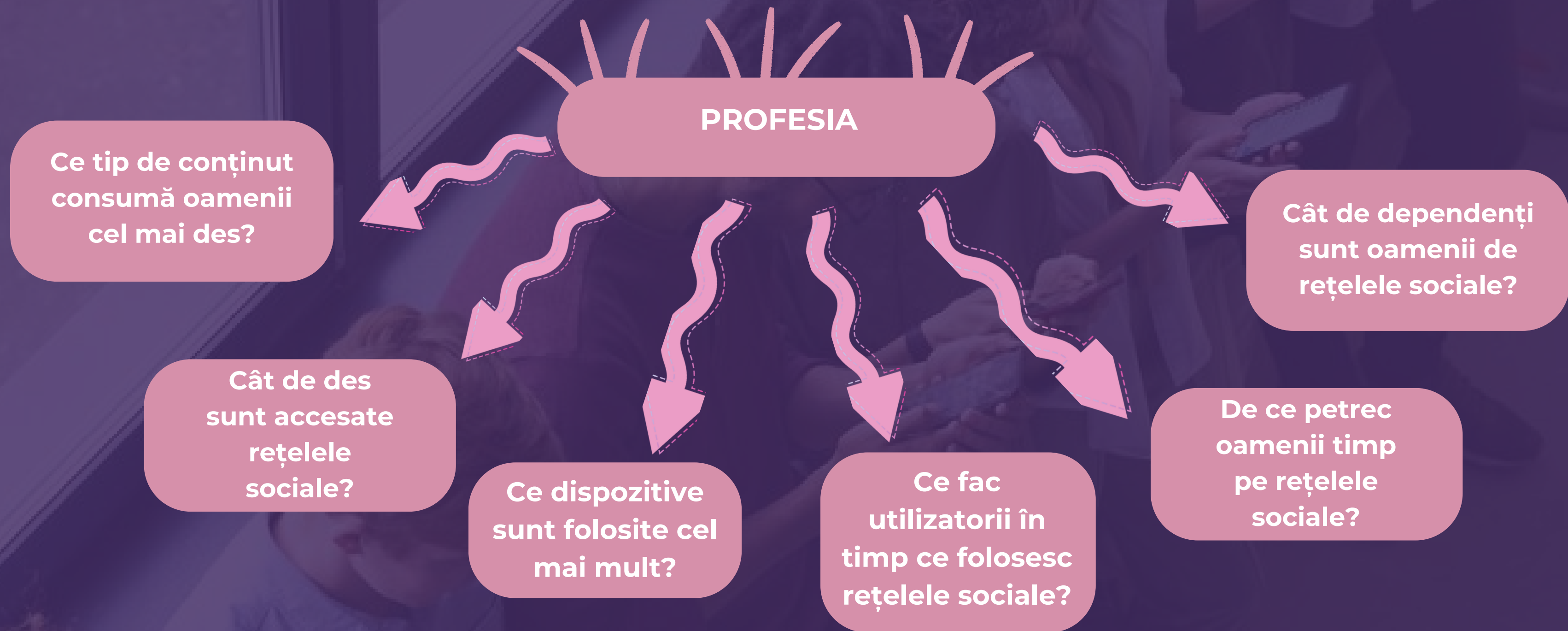


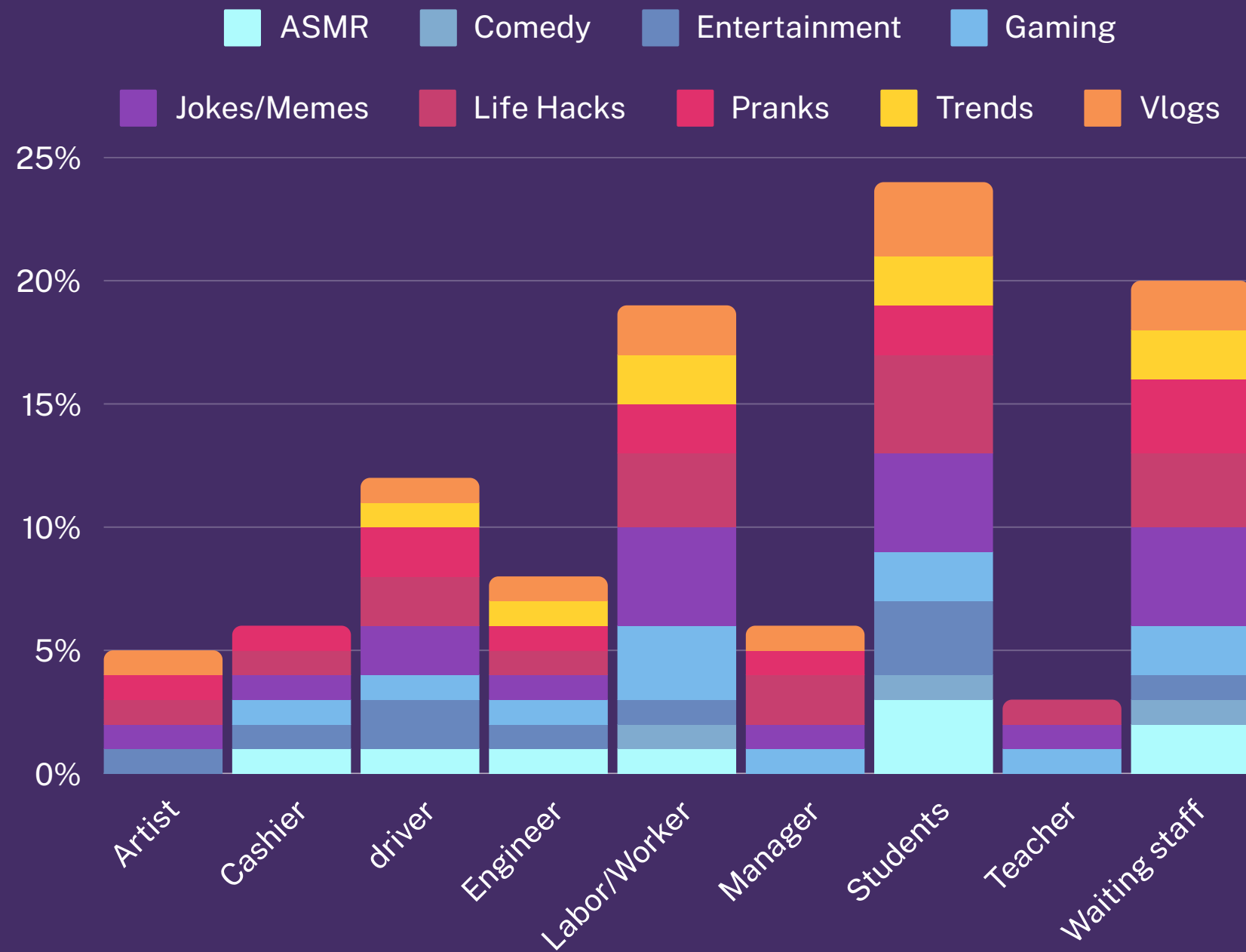
CÂND ȘI DE CE PETREC OAMENII TIMP PE SOCIAL MEDIA?

Oamenii accesează social media din obicei, plictiseală, divertisment sau procrastinare. Cei cu dependență ridicată o folosesc adesea pentru a evita responsabilitățile.



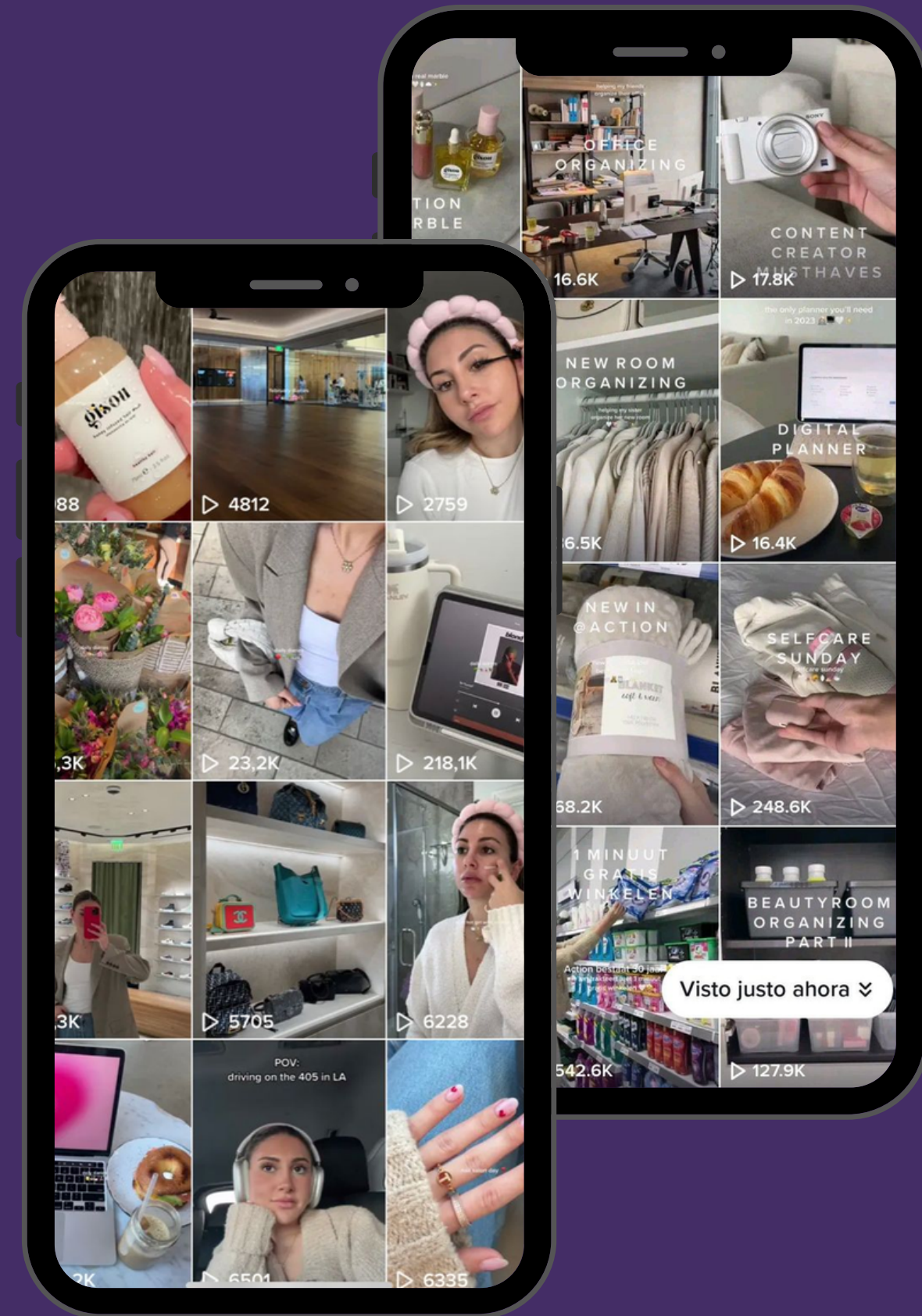
ANALIZA UTILIZĂRII REȚELELOR SOCIALE ÎN FUNCȚIE DE PROFESIE





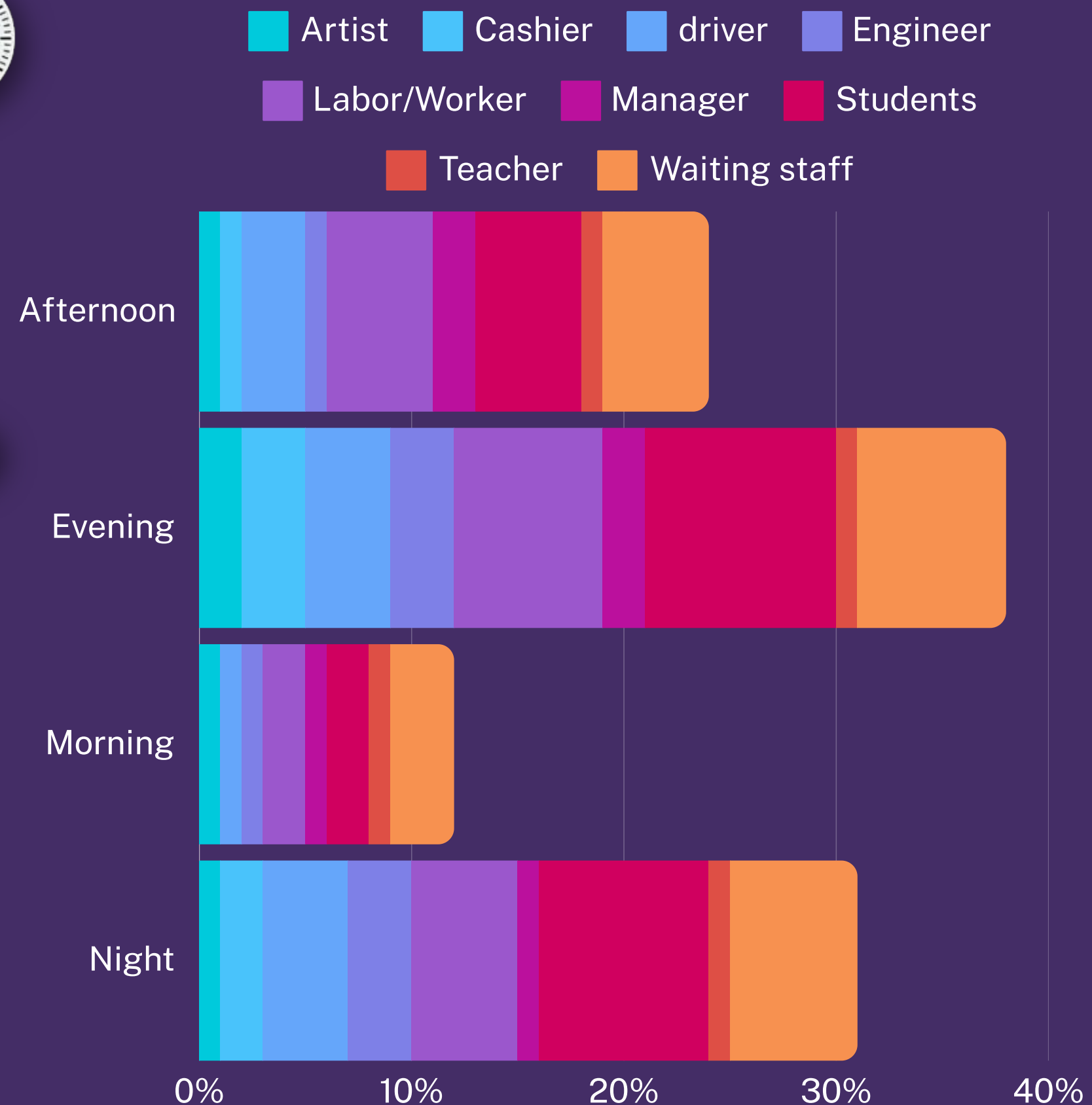
CE TIP DE CONȚINUT CONSUMĂ OAMENII CEL MAI DES?

Preferințe diferite în funcție de profesie:
divertisment și gaming vs. trenduri și vloguri.



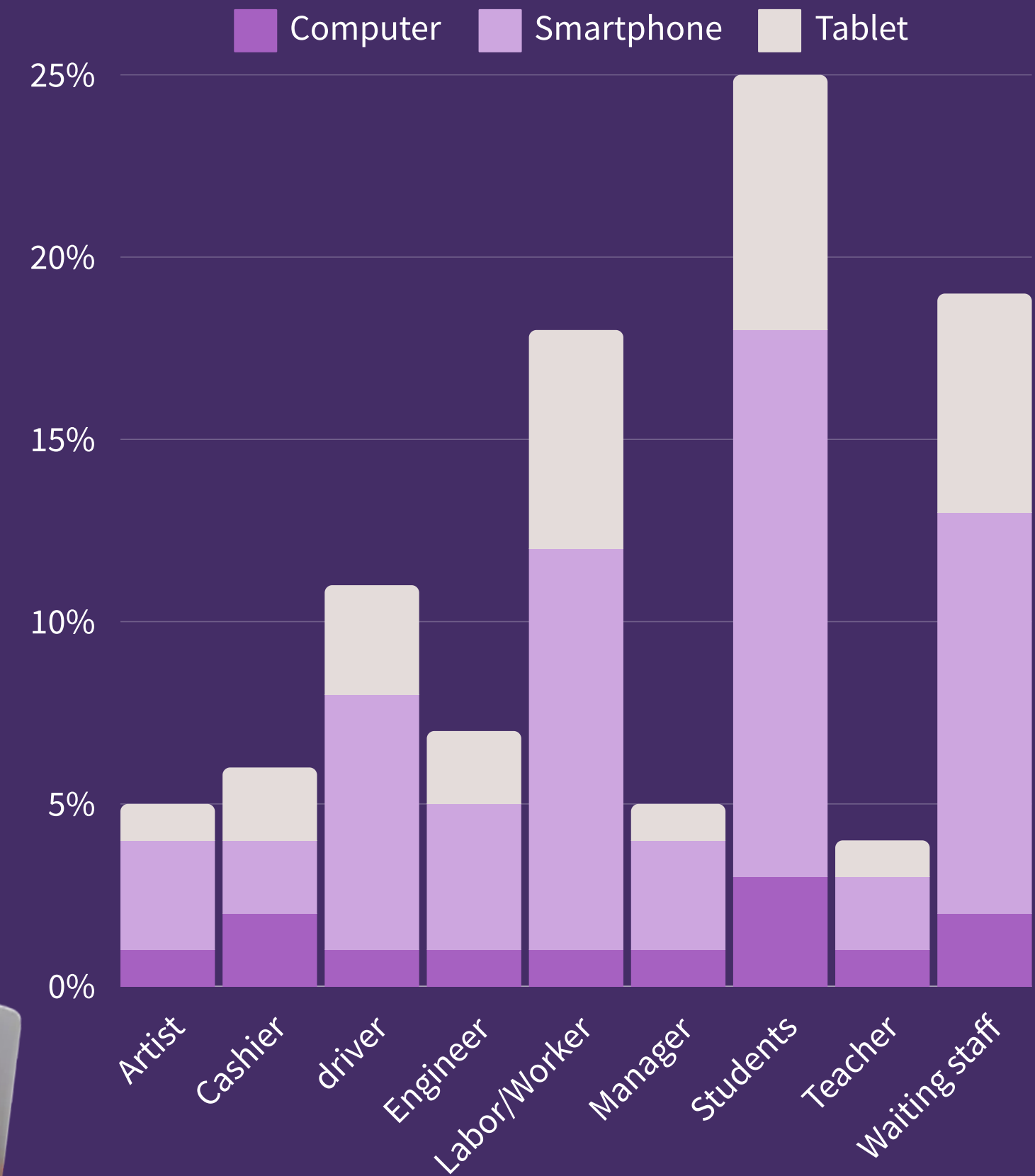
CÂT DE DES SUNT ACCESATE REȚELELE SOCIALE?

Frecvența accesării rețelelor sociale variază în funcție de profesie și momentul zilei. Dimineața și seara sunt perioadele cu cel mai ridicat nivel de activitate, mai ales pentru studenți și muncitorii necalificați, care folosesc social media ca o pauză între activități. Managerii și inginerii tind să folosească aceste platforme mai mult după-amiaza, ceea ce poate indica integrarea social media în rutina profesională, fie pentru networking, fie pentru relaxare temporară.



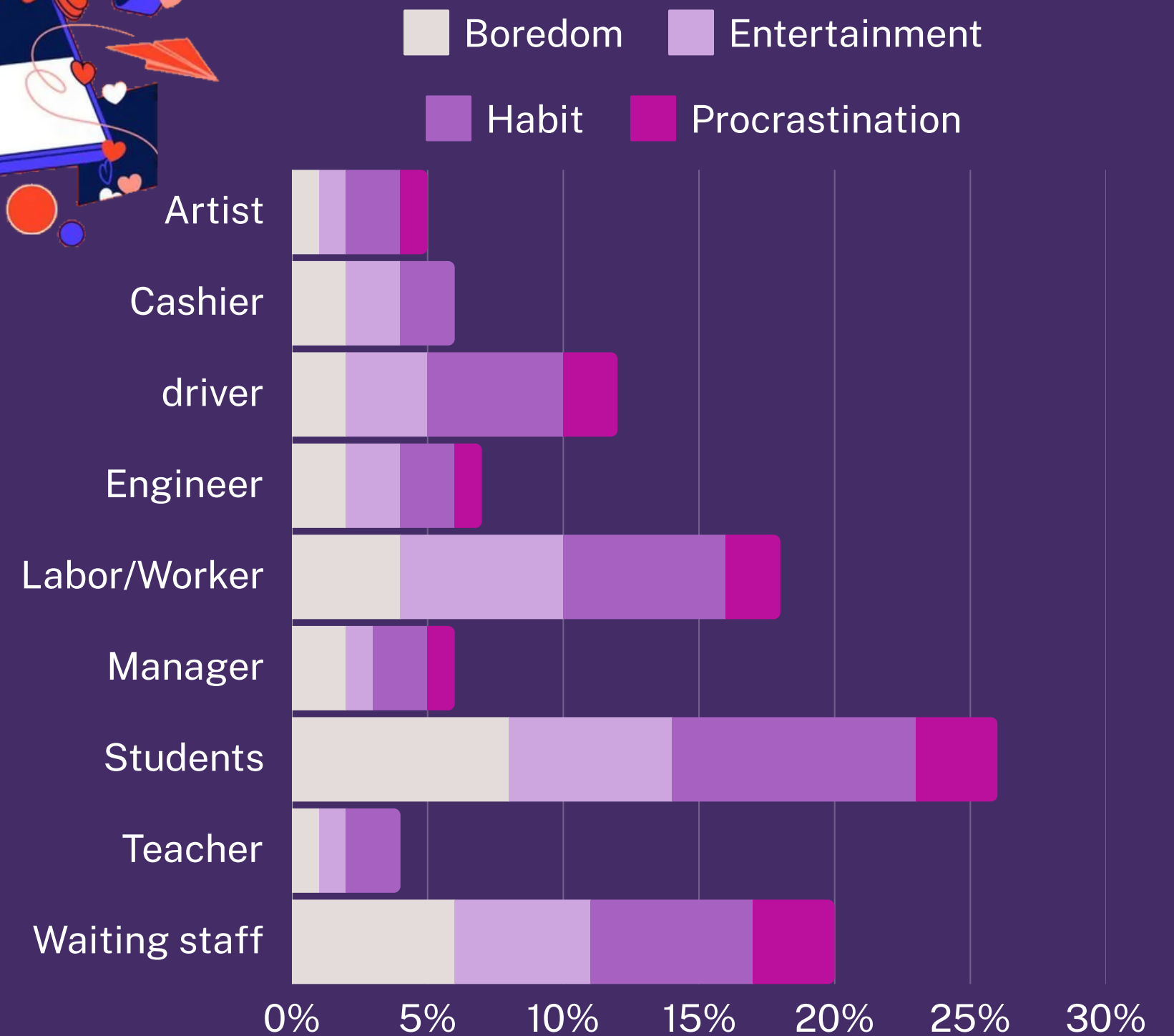
CE DISPOZITIVE SUNT FOLOSITE CEL MAI MULT?

Smartphone-urile sunt, de departe, cele mai utilizate dispozitive pentru accesarea rețelelor sociale, oferind flexibilitate și acces rapid. Studenții și lucrătorii din domeniul ospitalității sunt cei mai predispuși să consume conținut digital pe telefon, datorită stilului de viață activ și mobil. Pe de altă parte, inginerii și managerii folosesc mai frecvent computerele pentru social media, sugerând o integrare a consumului digital în fluxul de lucru sau utilizarea rețelelor sociale pentru scopuri profesionale.



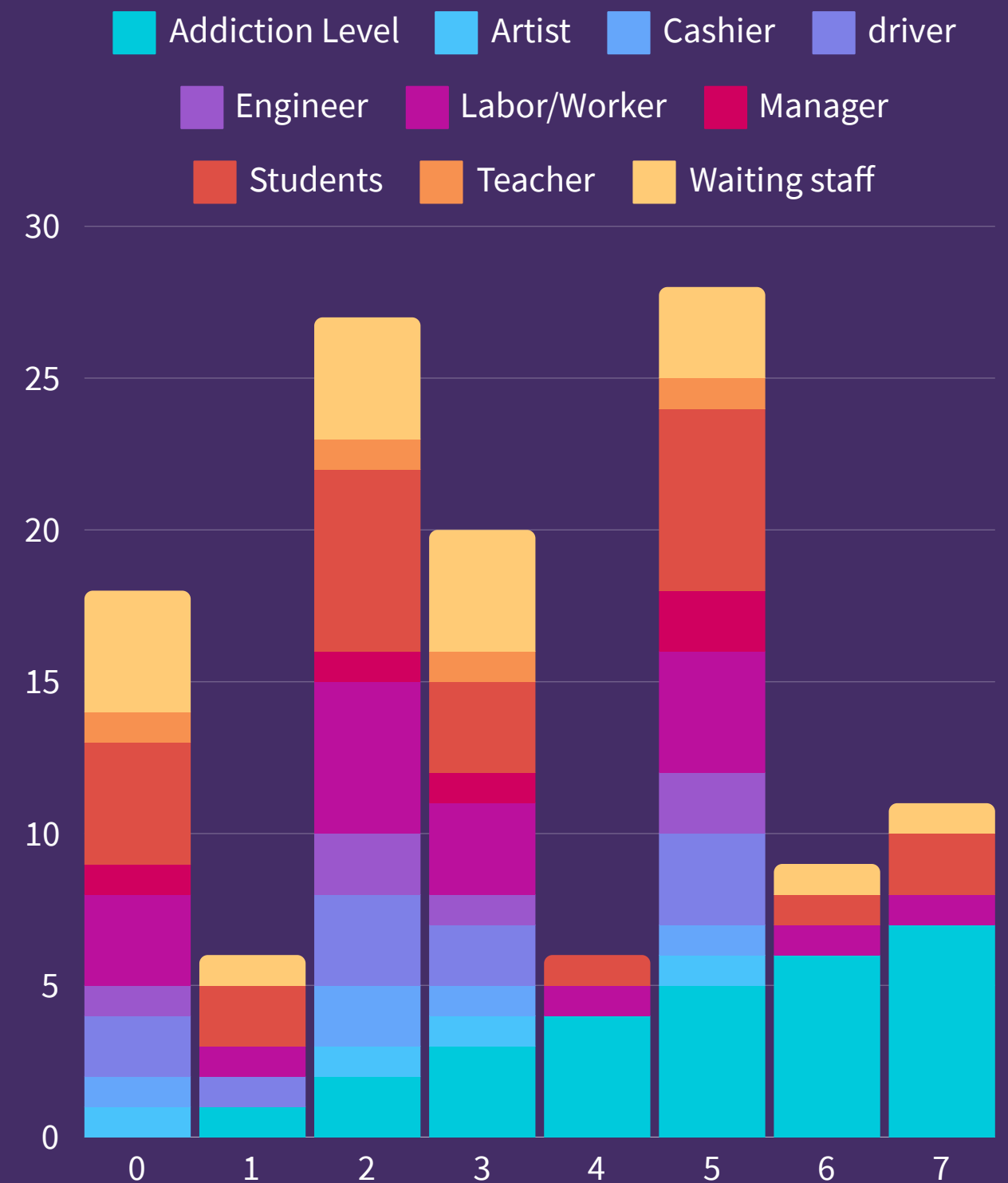
DE CE PETREC OAMENII TIMP PE REȚELELE SOCIALE?

Motivația utilizării rețelelor sociale variază în funcție de profesie. Studenții și angajații din domeniile cu cerințe cognitive mai reduse sunt mai predispuși să folosească social media din plictiseală sau procrastinare. În schimb, profesioniștii din domenii tehnice și manageriale utilizează aceste platforme mai mult ca parte a unui obicei zilnic, fie pentru informare, fie pentru interacțiuni sociale. Aceasta sugerează o diferență în modul în care fiecare categorie profesională percepe și integrează social media în viața de zi cu zi.



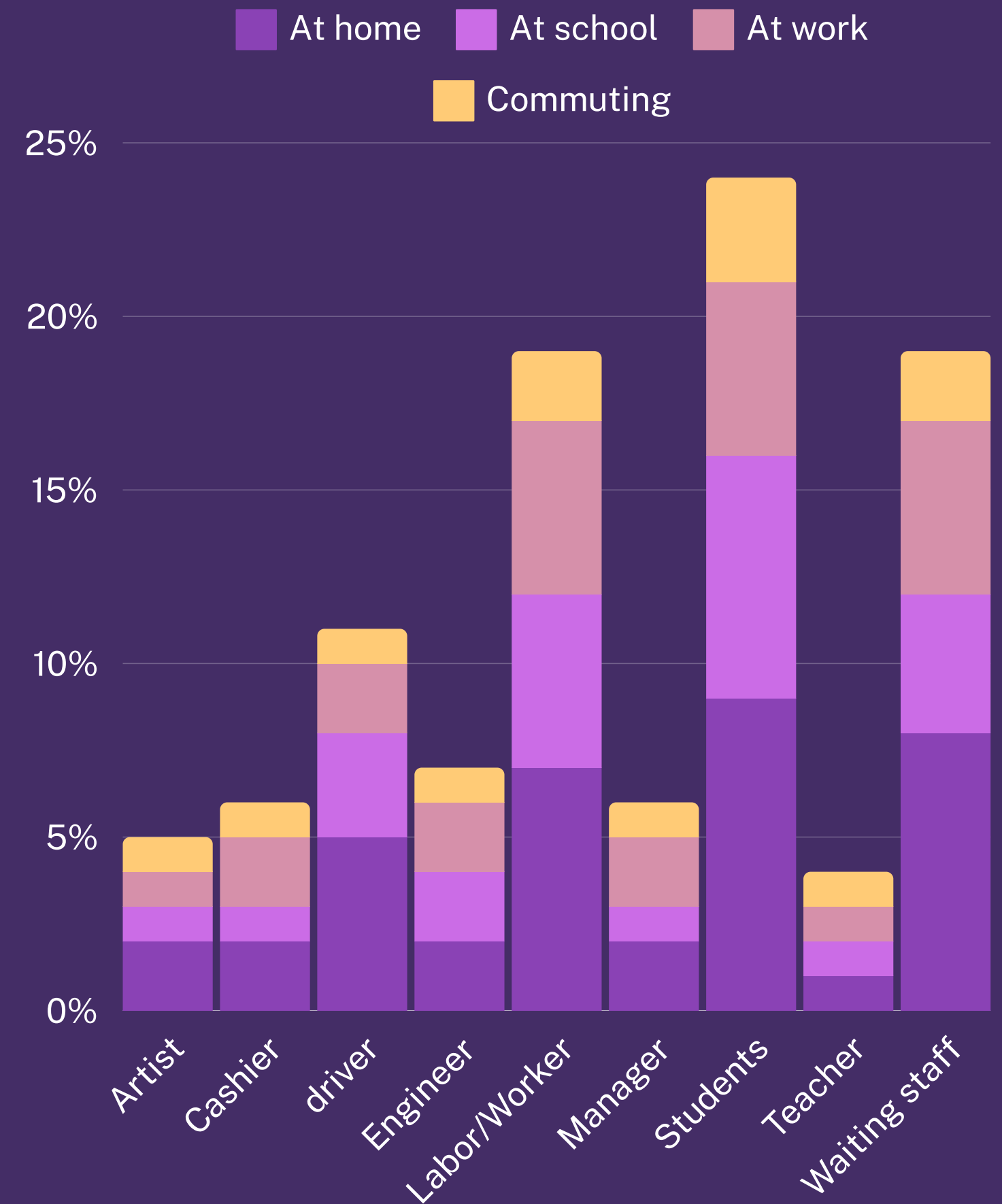
CÂT DE DEPENDENȚI SUNT OAMENII DE REȚELELE SOCIALE?

Nivelul de dependență variază semnificativ între categorii profesionale. Studenții și angajații din ospitalitate manifestă cele mai ridicate scoruri de utilizare excesivă, ceea ce poate fi corelat cu timpul liber mai flexibil și tendința de a căuta divertisment constant. Pe de altă parte, inginerii și managerii prezintă un nivel mai scăzut de dependență, având un consum mai controlat și intenționat, posibil datorită responsabilităților ridicate și a unei gestiuni mai stricte a timpului.

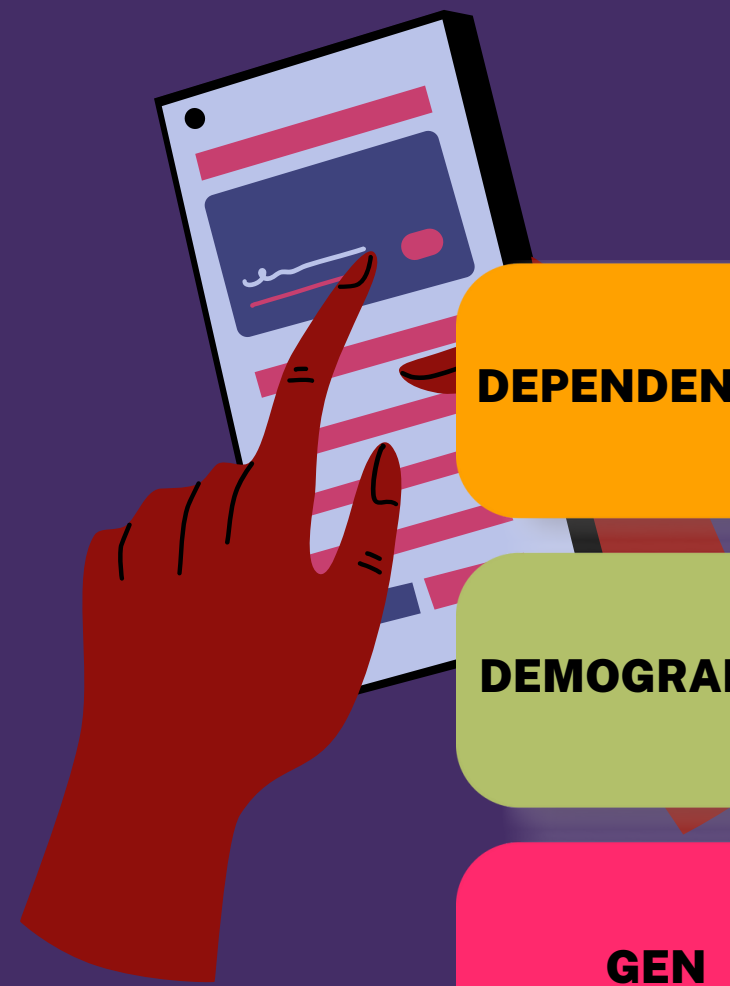


CE FAC UTILIZATORII ÎN TIMP CE FOLOSESC REȚELELE SOCIALE?

Mulți utilizatori accesează social media în timp ce se relaxează, iau pauze, se află în mijloacele de transport sau chiar în timpul altor activități. Studenții și angajații din domeniul ospitalității utilizează social media frecvent în tranzit sau în pauzele de lucru, în timp ce profesioniștii tehnici și managerii le accesează mai mult în momentele de relaxare acasă.



AVERAGE FACEBOOK USER



DEPENDENTA

MODERAT

DEMOGRAFIE

RURAL

GEN

BARBAT

DISPOZITIV

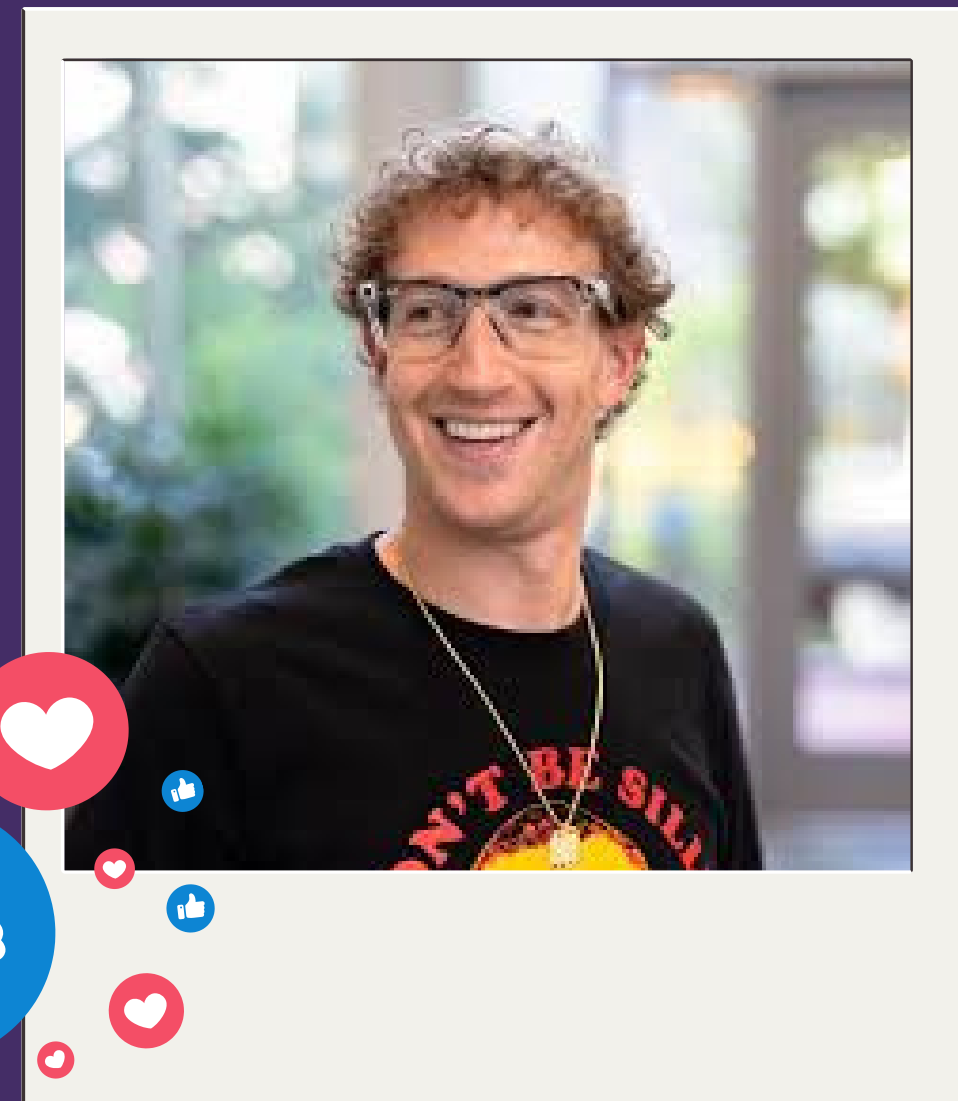
TELEFON

PROFESIE

STUDENT

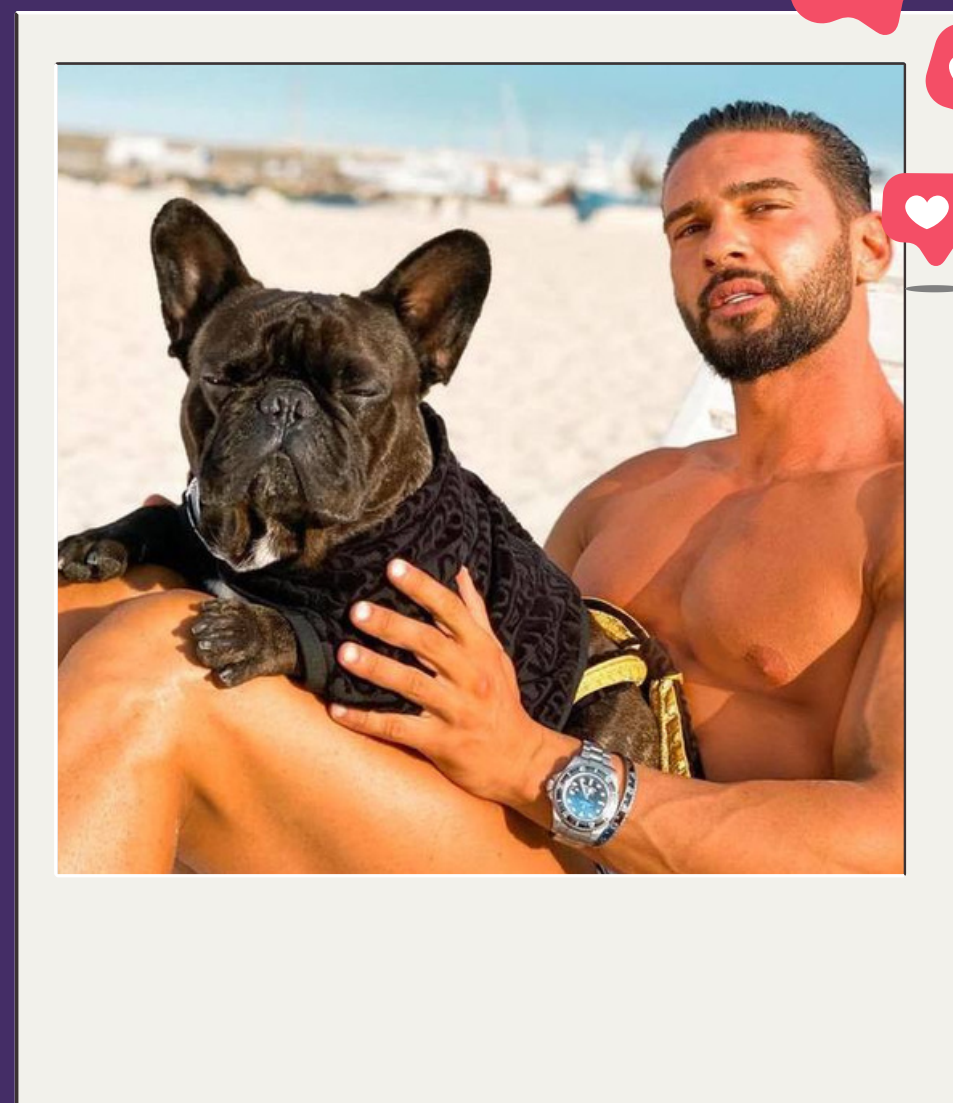
**CONSUM
VIDEO**

19 SESIUNI / ZI





AVERAGE INSTAGRAM USER



DEPENDENTA

RIDICAT

DEMOGRAFIE

URBAN

GEN

BARBAT

DISPOZITIV

TELEFON

PROFESIE

STUDENT

**CONSUM
VIDEO**

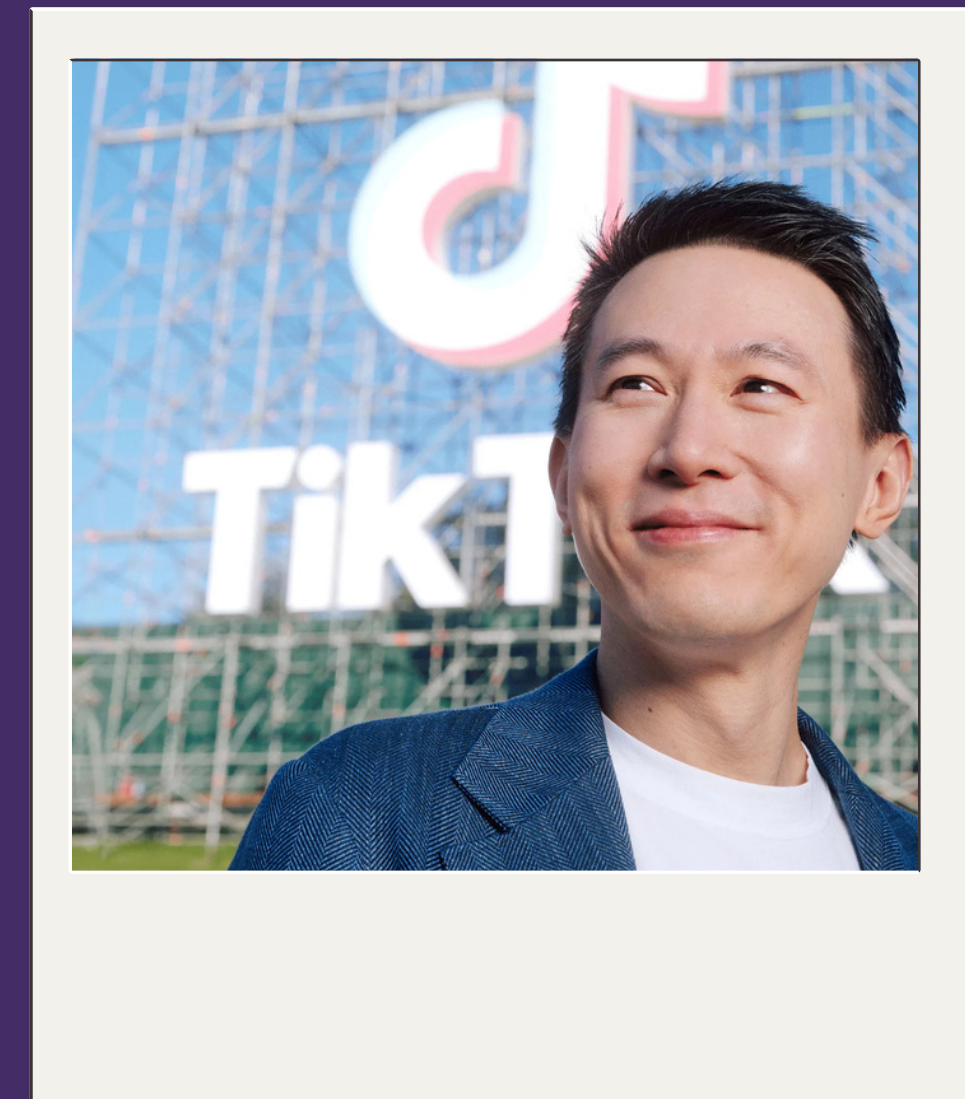
7 SESIUNI / ZI



AVERAGE TIKTOK USER



DEPENDENTA	FOARTE RIDICAT
DEMOGRAFIE	RURAL
GEN	BARBAT
DISPOZITIV	TELEFON
PROFESIE	MUNCITOR
CONSUM VIDEO	10 SESIUNI / ZI



AVERAGE YOUTUBE USER



DEPENDENTA

MODERAT

DEMOGRAFIE

RURAL

GEN

BARBAT

DISPOZITIV

TELEFON

PROFESIE

STUDENT

**CONSUM
VIDEO**

16 SESIUNI / ZI



CONCLUZII



Analiza datelor din baza Social Media Menace evidențiază tendințe clare în comportamentul digital al utilizatorilor. Se observă o utilizare preponderentă a internetului în intervalele de seară și noapte, cu un acces majoritar de pe dispozitive mobile, în special pe sistemul Android. Platformele TikTok și Instagram prezintă cele mai ridicate niveluri de dependență, în timp ce Facebook și YouTube sunt preferate în mediul rural.

Profilul utilizatorilor variază în funcție de platformă. Studenții și muncitorii sunt cele mai active categorii profesionale. Motivațiile dominante pentru consumul digital sunt formarea unor obiceiuri și divertismentul, depășind cauze ocazionale precum plictiseala sau procrastinarea. Nivelul general de dependență rămâne moderat, cu o distribuție echilibrată între diferite categorii sociale și profesionale.



Aceste date oferă o perspectivă detaliată asupra impactului consumului de conținut digital, contribuind la înțelegerea modului în care utilizatorii își gestionează timpul online. Informațiile pot fi utilizate pentru dezvoltarea unor strategii eficiente privind utilizare responsabilă a rețelelor sociale și optimizarea experienței digitale.

