

Calitatea "prieteniei" în epoca rețelelor de socializare online. Uzul și abuzul informațiilor cu caracter personal de către adolescenții din România

PN-II-RU-TE-2014-4-1726, nr. 168 din 01/10/2015, acronim Prieteni 2.0

Website: <https://friends2point0.net/>

Facebook: <https://www.facebook.com/prieteni2punct0/>

Echipa:

Dr. Monica Barbovschi, director de proiect

Dr. Anca Velicu (cercetător post-doctoral)

Dr. Bianca Balea (cercetător post-doctoral)

Drd. Sorana Constantinescu (asistent de cercetare)

Drd. Ana Bleahu (asistent de cercetare)

Necesitatea proiectului/ justificare	1
Metodologie	1
Rezultate metodologice: dezvoltarea și testarea Scalei Prieteniei	2
Rezultate empirice	3
Formarea și ruperea legăturilor de Prietenie online	3
Autodezvăluire și validare online - practici de prietenie. Diferențe de gen și vârstă	10
Imaginea corporală a adolescenților și importanța legăturilor de prietenie online	12
Situțiile de abuz al informațiilor personale (AIP) online	14
Studiu de caz: sexting-ul și percepția tinerilor asupra lui	15
Recomandări	19
Situțiile abuzive și campaniile anti-cyberbullying	19
Victimă sau agresor sau victimă și agresor?	19
Importanța incluziunii sociale	20
Prietenul: un important agent de influență	20
Educația pentru folosirea tehnologiilor de informare și comunicare (TIC)	20
Între protecție prin interdicție și împuternicire	21
Părinții, un partener important al școlii	21
Abordarea sexting-ului într-un cadru obiectiv și realist în școală	22
Referințe (selecție)	23

Necesitatea proiectului/ justificare

Creșterea rapidă a folosirii rețelelor sociale online (SNS) în rândul tinerilor din Europa este legată de importanța rolului acestora în crearea identității și a intimității, două sarcini de dezvoltare esențiale în adolescență. În pofida interesului academic semnificativ în aria SNS, trei lacune în literatura de specialitate stau la baza obiectivelor acestui proiect. În primul rând, nu există studii care să examineze modul în care multiplele dimensiuni ale calității prieteniei (e.g. validarea, ajutorul primit, autodezvăluirea) sunt conectate cu diferite prietenii pe SNS. În al doilea rând, nu s-a făcut o detaliere a diferitelor tipuri de prietenie pe care adolescenții le dezvoltă pe SNS. Date europene recente arată că, în România, copiii fac față din ce în ce mai mult unor agresiuni online complexe, în special în aria abuzului informațiilor personale (AIP). În ultimul rând, nu există proiecte care să fi abordat modul în care prietenii dintre tineri sunt afectate de AIP. Studiul de față a explorat modul în care calitatea prieteniei variază pentru diferite tipuri de prietenii pe SNS (formate offline și extinse online, formate online și extinse offline, exclusiv online) în rândul tinerilor cu vârsta între 11 și 18 ani. Mai mult, studiul a explorat legătura dintre calitatea prieteniei în epoca rețelelor sociale și experiențele referitoare la AIP, precum și măsurile de a face față acestora. Pentru îndeplinirea acestor obiective, proiectul a folosit o metodologie mixtă, cercetarea durând doi ani.

Metodologie

Colectarea datelor s-a făcut în trei etape distincte, două calitative și una cantitativă. Prima etapă – calitativă și exploratorie – a presupus realizarea a 12 focus-grupuri și a urmărit să creeze un context și un istoric al folosirii SNS de către copii, să exploreze însemnătatea și calitatea prieteniei în epoca rețelelor sociale precum și să identifice situațiile de AIP pe care le-au întâlnit aceștia online sau în care au fost implicați și să exploreze percepția copiilor asupra acestor situații. În a doua etapă a fost realizată o anchetă cantitativă pe 1600 de elevi de gimnaziu și liceu, pe un eșantion de populație reprezentativă la nivelul municipiului București și Cluj-Napoca. Chestionarul a fost aplicat în școli, pe hârtie sau online. A treia etapă a constat în interviuri în tandem cu diade de foarte buni prieteni pentru a investiga efectul situațiilor de abuz al datelor personale asupra prieteniei adolescenților. Această opțiune metodologică a fost luată pentru asigurarea unui mediu de încredere, propice dezvăluirilor experiențelor personale. Prezența celui mai bun prieten, care a intervenit și ca informator pentru experiențe comune, dar și ca susținător emoțional a fost importantă pentru succesul interviurilor. Importanța abilităților digitale, dar și a celor sociale, a fost semnalată ca fiind crucială în medierea experiențelor negative și a efectului acestora asupra relațiilor de prietenie.

Rezultate metodologice: dezvoltarea și testarea Scalei Prieteniei

Data fiind lipsa constatată a scalelor de măsură pentru calitatea prieteniei online pentru copii de vârstă școlară și adolescenți, echipa de cercetare a dezvoltat propria scală de măsură pentru chestionar, pornind de la cercetări anterioare despre calitatea prieteniei. Ne-am inspirat din munca lui Ladd, Kochenderfer și Coleman (1996), care au propus șase dimensiuni pentru evaluarea calității prieteniei, anume: (1) validare: gradul în care copilul/adolescentul primește evaluări pozitive de la un prieten; (2) ajutor: gradul în care cineva primește ajutor în probleme emoționale sau instrumentale; (3) auto-dezvăluire: gradul de împărtășire a secretelor și sentimentelor intime; (4) conflict: gradul în care cineva se ceartă cu prietenul său; (5) exclusivitate: gradul în care cineva percepe că prietenul său este selectiv în alegeri în ceea ce îl privește; (6) companie: gradul în care cineva se angajează în activități comune cu un prieten. Scala finală testată în proiectul Prieteni 2.0 a cuprins **41 de itemi care s-au grupat în 5 dimensiuni** cu o bună consistență internă, anume **validare, ajutor, auto-dezvăluire, exclusivitate și conflict** (dimensiunea companiei a fost asimilată celorlalte dimensiuni; scala a fost adaptată în funcție de genul respondentului și al prietenului, pentru simplitate itemii de exemplificare sunt prezentați aici la masculin):

Tabelul 1. Scala prieteniei dezvoltată în cadrul proiectului Prieteni 2.0

1. Validare (Cronbach's alpha=.723), e.g. Prietenul meu spune că sunt prietenul lui; Prietenul meu spune că sunt de încredere; Prietenul meu îmi dă like / apreciază ce postează pe rețelele de socializare; Prietenul meu are ca poză de profil sau la poza de cover o fotografie în care apar și eu.
2. Ajutor (Cronbach's alpha=.732), e.g. Dacă am o problemă cu școala sau cu poliția prietenul meu mi-ar lua apărarea sau ar face ceva concret să mă susțină (online sau offline); Prietenul meu mă ajută când am probleme de natura tehnică pe internet (e.g. viruși, probleme cu contul de FB, să blochez pe cineva); Dacă am nevoie de bani, prietenul meu mă împrumută; Dacă primesc comentarii negative online prietenul meu intervine în discuție să mă susțină.
3. Auto-dezvăluire (Cronbach's alpha=.702), e.g. Când mă supără ceva discut întotdeauna cu prietenul meu; Am încredere să îi spun prietenului meu ce mă interesează online fără să îmi fie teamă că voi fi judecat; Câteodată îi dau telefonul prietenului meu să vadă conversațiile mele cu alții; Mă simt liber și confortabil să vorbesc cu prietenul meu prin mesaje scrise fără să-mi fie teamă că vor ajunge publice.
4. Exclusivitate (Cronbach's alpha=.701), e.g. Sunt anumite lucruri/activități pe care le fac doar cu prietenul meu; Când se întâmplă ceva în viața mea prietenul meu e primul care află; Dacă prietenul meu s-ar muta în alt oraș, am continua să vorbim zilnic prin FB/ Whatsapp/ mesaje; Alte persoane sunt invidioase pe relația noastră de prietenie.
5. Conflict (Cronbach's alpha=.758), e.g. S-a întâmplat ca prietenul meu să posteze pe rețelele de socializare comentarii negative despre mine; Prietenul meu mă ignoră intenționat și nu îmi răspunde la mesaje pe una din mesageriile pe care le folosim; Prietenul meu m-a blocat pe un cont de socializare atunci când aveam o ceartă; Prietenul meu face glume care nu mă mai amuză ci mă deranjează; Prietenul meu m-a exclus din grupul comun de pe Facebook sau Whatsapp sau a cerut celorlalți să mă excludă.

Rezultate empirice

Formarea și ruperea legăturilor de Prietenie online

Datele din 2013 ale proiectului Net Children Go Mobile (Velicu, Mascheroni & Olafsson, 2014), arată că 4 din 5 copii din România au un cont de Facebook (79% au cel puțin un cont pe o rețea de socializare online, SNS, din care 99% au un cont de FB), pe care, în general, au un număr mare de Prieteni¹ (patru din zece declară că au mai mult de 300 de Prieteni în Lista de Prieteni) menținându-și în același timp profilul setat pe public (57%) (Velicu, Mascheroni & Olafsson, 2014).

În acest context, în cadrul proiectului Prieteni 2.0 ne-am propus să investigăm dinamica Prieteniei online dincolo de variabila ‘număr de Prieteni’, investigând strategiile de formare și rupere a legăturilor de Prietenie pe care copiii la folosesc pe Facebook. Astfel, utilizând date cantitative din proiectul Prieteni 2.0, vom evalua relația dintre, pe de o parte, variabilele demografice, (i.e. vârstă și gen), utilizarea media sociale și calitatea prieteniei online și, pe de altă parte, procesele de ‘Împrietenire’ online, și anume: conectare (bridging) – ca practică de conectare folosită în vederea extinderii cercului de cunoștințe, (Ellison, Steinfield & Lampe, 2011) – și deconectarea / ruperea relației (breaking) – ca practică de deconectare folosită din varii motive și în varii forme (de la des-Prietenire și blocare, la ascunderea activității persoanelor de care nu mai ești interesat) (Boase & Kobayashi, 2008; Velicu, 2009). Apoi, folosind o analiză de tip cluster căutăm să vedem care sunt trăsăturile grupurilor care se formează pe baza acestor strategii.

În ciuda importanței acestui subiect, puține studii au abordat, după știința noastră, procesul de Împrietenire online, proces care implică, așa cum am spus, practici de conectare și de de-conectare. Printre aceste studii, Ellison, Steinfield și Lampe (2011) au analizat diferite ‘strategii de conectare’ pe care studenții le utilizează pe Facebook, punându-le apoi în relație cu capitalul social de tip ‘bridging’ (care creează punți de legătură în afara cercului inițial de cunoștințe) și cu cel de tip ‘bonding’ (de sudare și întărire a legăturilor în cercul de cunoscuți). Prin ‘strategii de conectare’, autorii înțeleg ‘o serie de activități relaționale și comunicaționale legate de Facebook’ (p. 873). Autorii citați identifică trei astfel de strategii de conectare, în funcție de gradul de ‘necunoaștere’ (strangeness) al persoanei cu care respondenții ar vrea să intre în contact. Astfel putem avea: *inițierea* contactului, atunci când Facebook-ul este folosit ‘pentru a întâlni sau a îți face noi prieteni cu care nu ai avut anterior nicio legătură’ (p. 882); *menținerea/ mentenanța*, atunci când platforma este folosită pentru menținerea unor legături strânse existente anterior (p. 882); și *căutarea de informații sociale* despre o persoană în vederea

¹ Atunci când ne vom referi la Prietenii de pe Facebook, care pot sau nu să se regăsească în prietenii din viața reală, vom folosi literă mare. La fel pentru toate cuvintele din familia lingvistică (e.g. Împrietenire etc)

unei conectări ulterioare offline, practică care implică întrepătrunderea comunicării de tip online cu cea de tip offline (Ellison, Steinfield and Lampe, 2011, p. 882).

boyd (2006) arată că – pentru platformele de socializare online pe care le-a studiat în 2006 și pentru populația studiată la acel moment – ‘este mai ușor să zici da decât nu’ la o cerere de Prietenie din partea unui străin. Cu toate acestea, lucrurile s-au schimbat în următorii ani datorită unor campanii de informare și conștientizare care au atras atenția că comunicarea în online cu persoane necunoscute este un comportament riscant, cel puțin pentru copii (Livingstone et al., 2011). Astfel, acceptarea acestor cereri de Prietenie nu mai este de la sine înțeles, ceea ce readuce în actualitate întrebarea ce anume determină o persoană să accepte sau să respingă cererea de Prietenie a unui necunoscut pe Facebook. Pentru a răspunde la această întrebare, Heirman și colegii (2016) au folosit teoria comportamentului planificat (‘theory of planned behaviour’) și inversează abordarea considerând cele două forme ale capitalului social nu ca rezultat al procesului de Împrietenire, ci drept factor de influență primară pentru trei factori secundari, și anume –atitudinea față de Împrietenirea cu un străin (ca factor intern), presiunea socială (ca factor extern) și încrederea în competențele tehnice ale respondentului care ar putea să influențeze competențele sociale – favorizând astfel o acceptare mai ușoară a cererilor de Prietenie din partea străinilor. Autorii concluzionează că cei mai importanți factori care prezic acceptarea acestor cereri sunt ‘normele subiective’, prin care înțeleg presiunea socială din partea grupului de prieteni, pentru a adopta un anumit comportament. Acest factor este urmat, ca importanță, de încrederea în competențele tehnice deținute (sau controlul comportamental perceput) și de atitudinea internă față de acest comportament (Heirman, Walrave, Vermeulen & Ponnet, 2016). Un alt motiv care explică comportamentul de bridging pe Facebook, în special printre tineri, este atractivitatea fizică percepută a persoanei cu care s-ar iniția un astfel de contact (Wang et al., 2010; Velicu et al., 2018). Rashtian și colegii (2014), investigând la rândul lor motivele pentru care oamenii acceptă cererile de Prietenie de la necunoscuți, abordează subiectul din perspectiva problemelor legate de viață privată și securitate. Astfel autorii citați concluzionează că există patru astfel de motive, și anume: ‘cunoașterea în viața reală a persoanei care trimite cererea, faptul de a avea interese comune, faptul de a avea Prieteni comuni precum și gradul de apropiere a acestor prieteni comuni’ (Rashtian, Boshmaf, Jaferian & Beznosov, 2014, p. 285).

Singurul studiu pe care l-am identificat care să exploreze practicile de deconectare – deși foarte contextualizat în măsura în care se referă la comportamentul studenților din Japonia care folosesc zilnic, în mod intensiv aplicația de email a telefonului mobil pentru a se conecta și deconecta cu prietenii – este importantă în măsura în care pune în oglindă practicile de conectare cu cele de deconectare (Boase & Kobayashi, 2008), spre deosebire de studiile anterior citate care practicilor de conectare le opuneau practicile de întărire a legăturilor existente. În studiul lor Boase și Kobayashi (2008) investighează dacă folosirea intensivă a mailului duce la conectare/

lărgirea cercului de prieteni, întărirea prieteniiilor existente sau ruptură/ deconectare, cea din urmă practică putând să se întâmple fie prin neglijarea prietenilor cu care există o legătură slabă urmată de o ruptură a prieteniei în timp (o ruptură pasivă, cu alte cuvinte) sau printr-o ruptură activă. Într-un studiu anterior, bazându-se pe teoria individualismului în rețea (Wellman), Boase și Wellman (2006) teoretizează natura tranzitorie sau fluidă a relațiilor pe internet argumentând pentru facilitatea pe care o conferă acest mediu unui ipotetic proces de rupere a relațiilor, implicând o încărcătură emoțională mai slabă. Alte studii (vezi capitolele lui Pascoe și a lui Boyd din Ito et al., 2010) se apleacă asupra unei situații specifice, și anume cea a rupturii relației romantice folosind comunicarea online. Aceste studii accentuează pe modul cum, prin caracteristica de publicuri în rețea a platformelor online de socializare, acestea permit în continuarea comunicării cu sau despre persoana de care cineva tocmai s-a despărțit.

Chiar dacă ruptura/ de-conectarea ca practică nu a reprezentat punctul de interes al prea multor studii până la această dată, necesitatea cercetării acestui subiect apare evidentă în urma fenomenului de ‘aglomerare digitală’ (‘digital crowding’, Joinson et al., 2011). Format pe mai vechiul concept de ‘aglomerare’ (‘crowding’) care înseamnă ‘contact social excesiv sau spațiu personal insuficient’ (Altman, 1977, apud Joinson et al., 2011, p.33), aglomerarea digitală înseamnă contact excesiv pe o platformă de socializare care are un impact negativ asupra vieții și sferei private la nivel individual – printr-o transparentizare radicală (așa cum este cazul cu politica Facebook) sau printr-o deschidere nereglementată – și, la un nivel social, are un impact negativ asupra calității prieteniei – prin suprapunerea diferitelor sfere sociale și imposibilitatea utilizatorilor de a menține dinamica granițelor pe care o relație naturală o implică (Joinson et al., 2011). În fața acestei situații, o strategie folositoare ar putea fi retragerea de pe platformă sau o diminuare a gradului de angajare în aceasta (Joinson et al., 2011) sau, așa cum documentează Boyd (2014), o continuare a activității pe platformă dar însoțită de o constantă ștergere a tuturor urmelor lăsate de această activitate, rezultând fenomenul de ‘albirea peretelui’ (‘whitewalling’) (Boyd, 2014, p.64). Uneori o migrare completă către alte platforme are loc, în măsura în care aceste noi platforme sunt percepute ca fiind mai puțin populare/ ne-aglomerate, permițând astfel o mai bună selectare a audienței activităților performate pe respectiva platformă (e.g. copii din Danemarca din proiectul Net Children Go Mobile au părăsit Facebook-ul și s-au îndreptat spre Instagram și Snapchat o dată ce părinții lor au ‘ocupat’ Facebook, Haddon & Vincent, 2014). O altă strategie folosită în astfel de cazuri, în special atunci când utilizatorii vor să rămână activi sau doar conectați la respectiva platformă este limitarea ‘prietenilor’ sau curățirea ‘listei de prieteni’ –cu păstrarea legăturilor puternice – ceea ce va permite o formă de ‘viață privată socială’ (‘social privacy’, Kramer & Haferkamp, 2011).

Pentru a înțelege de ce unii utilizatori rup legăturile cu Prietenii din listă (în timp ce alții nu o fac) poate fi de asemenea utilă teoria selectivității socio-emoționale care – bazându-se pe modul cum este perceput timpul – statuează două mari motivații care motivează oamenii în

activitățile lor sociale: acumularea de cunoștințe și reglarea emoțională (Carstensen, Isaacowitz & Charles, 1999). Pentru a concluda, la nivel factual, copiii și tinerii din România sunt de găsit pe Facebook, unde acumulează un număr mare de Prieteni. Analiza studiilor de până acum arată că este important să înțelegem sistemul de Prieteni nu doar ca o consecință (i.e. social capital) sau ca un instantaneu la un anumit moment (i.e. prin indicatorul brut ‘Număr de Prieteni’), ci în procesualitatea sa, care include practicile de conectare și de deconectare. În acest context, întrebările de cercetare ale studiului sunt:

RQ1: Cum anume sunt explicate practicile de conectare și deconectare online de către variabilele socio-economice, utilizarea platformelor online de socializare și calitatea prieteniei online?

RQ2: Există și dacă da, cum anume pot fi ele caracterizate, grupuri de utilizatori care se bazează pe pattern-uri distincte de Împrietenire și Desprietenire?

Variabile dependente

Practicile de conectare au fost măsurate printr-o scală de la 0=‘lipsă de practici de conectare’ la 3=‘nivel ridicat de practici de conectare’ care evaluează numărul de situații în care cineva acceptă cererile de Prietenie de la necunoscuți.

Practicile de deconectare este o scală –variind de la 0=‘lipsă de practici de deconectare’ la 3=‘nivel ridicat de practici de deconectare’ – care măsoară numărul de situații în care cineva se deconectează de Prietenii de pe Facebook, fie prin des-prietenire, blocare, sau ascundere a activității respectivei persoane.

Variabile demografice

Vârsta. Participanții au fost rugați să își declare vârsta.

Genul. Participanții au fost rugați să își declare genul (băieții au fost codați cu (1) și fetele cu (0)).

Utilizarea media sociale

Numărul de platforme utilizate este o variabilă de tip scală luând valori de la 1 la 5 și măsoară câte platforme de media socială folosesc tinerii.

Utilizarea zilnică a Facebook este o variabilă dihotomică (1= ‘utilizare o dată sau de mai multe ori pe zi’, 0=‘mai rar decât o dată pe zi’).

Utilizarea zilnică a Instagram-ului este o variabilă dihotomică (1= ‘utilizare o dată sau de mai multe ori pe zi’, 0=‘mai rar decât o dată pe zi’).

Numărul de Prieteni pe Facebook este măsurat în 5 intervale, și anume: 1= ‘până în 100 Prieteni’; 2= ‘între 101 și 500 Prieteni’; 3=‘între 501 și 1000 Prieteni’; 4= ‘între 1001 și 2000 Prieteni’; 5= ‘mai mult de 2000 Prieteni’.

Utilizarea activă a Facebook-ului este o variabilă continuă care măsoară modul în care adolescenții folosesc Facebook-ul. Subiecții au fost întrebați despre ce anume fac atunci când intră pe Facebook (răspuns multiplu). Cei care au răspuns că publică poze sau video-uri proprii, își înnoiesc status-ul, sau distribuie postările altora au fost considerați drept ‘utilizatori activi’ spre deosebire de cei care doar urmăresc ce fac alții pe Facebook. Pe baza activităților pe care le întreprind în general, o nouă variabilă a fost calculată, denumită ‘utilizarea activă a FB’, variabilă care ia valori între 0 = ‘lipsă de utilizare activă’; 3 = ‘nivel ridicat de utilizare activă’).

Calitatea prieteniei online (CPO)

CPO a fost măsurată prin folosirea a nouă itemi ai scalei de măsurare a calității prieteniei (scala a fost inspirată din Bukowski et al., 1994; vezi secțiunea dedicată acestei teme în prezentul raport) care măsoară practicile online de prietenie cu cel mai bun prieten. Răspunsurile au fost raportate pe o scală în trei puncte, cu 1 = ‘niciodată’, 2 = ‘câteodată’ și 3 = ‘întodeauna’. A fost calculat un scor mediu a acestor nou itemi (vezi mai jos), după care a fost calculată consistența internă (Cronbach’s alpha=.76).

1. Prietenul meu/prietena mea îmi dă like / apreciază ce postez pe rețelele de socializare.
2. Dacă prietenul / prietena mea postează o melodie, un video sau o recomandare de lectură, mă uit despre ce e vorba ca să știu dinainte ca o să îmi placă și mie.
3. Se întâmplă deseori să fiu interesată de un eveniment, o postare, un articol de care e interesat și prietenul/prietena mea (a dat join la un eveniment, a comentat la o postare, a dat like unui articol etc).
4. În cele mai multe dintre grupurile din care fac parte pe Facebook sau Whatsapp e membru/ă și prietenul/prietena mea.
5. Dacă primesc comentarii negative online prietenul/prietena mea intervine în discuție să mă susțină.
6. Dacă cineva vorbește urât despre mine (în grupuri pe internet, pagini Facebook) prietena / prietenul îmi ia apărarea.
7. Mă simt liber și confortabil să vorbesc cu prietenul/prietena mea prin mesaje scrise fără să-mi fie teamă că vor ajunge publice.
8. Se întâmplă deseori ca eu și prietenul/prietena mea să facem mișto pe Facebook de persoane/postări care ne enervează.
9. Dacă prietenul/prietena meu/mea s-ar muta în alt oraș, am continua să vorbim zilnic prin Facebook/ Whatsapp/ mesaje..

Pentru a răspunde la întrebările de cercetare am realizat două analize de regresie multiple (care să răspundă la întrebarea 1) și o analiză de tip cluster (pentru întrebarea 2). Rezultatele sunt în tabelele de mai jos.

Tabelul 2. Datele statistice descriptive ale variabilelor

Eșantion N=1292	Medie	Std. Dev.
Variabile Dependente		
Nivelul de conectare /Bridging (Min=0; Max=3)	1.04	.87
Nivelul de deconectare /Breaking (Min=0; Max=3)	1.22	.94
Variabile Independente		
Vârsta	14.78	2.09
Gen (Dummy; 1= 'băieți')	.55	
Număr de platforme de socializare online folosite (Min=1; Max=5)	3.47	1.23
Utilizare zilnică a Facebook-ului (Dummy; 1= da)	.91	
Utilizare zilnică a Instagram (Dummy; 1= Da)	.61	
Numărul de Prieteni pe Facebook (Min=1; Max=5)	2.74	1.2
Utilizare activă a FB (Min=0; Max=4)	1.68	1.11
CPO (Min=0; Max=3)	2.4	.39

Tabelul 3. Modelele de regresie care prezic influența variabilelor demografice, utilizarea social media și calitatea prieteniei online asupra nivelului de conectare și de deconectare.

	Model 1. Conectare / Bridging ca variabilă dependentă (Beta)	Model 2. Deconectarea/ Breaking ca variabilă dependentă (Beta)
Nivelul de conectare /Bridging (Min=0; Max=3)	Constant	-.03
Nivelul de deconectare /Breaking (Min=0; Max=3)	-.05	Constant
Vârsta	.12**	.14**
Gen (Dummy; 1= 'băieți')	.14**	-.12**
Număr de platforme de socializare online folosite (Min=1; Max=5)	.07 *	.10**
Utilizare zilnică a Facebook-ului (Dummy; 1= da)	.06*	.02
Utilizare zilnică a Instagram (Dummy; 1= Da)	.02	.09**
Numărul de Prieteni pe Facebook (Min=1; Max=5)	.15**	.17**
Utilizare activă a FB (Min=0; Max=4)	.12**	.10**
Notes on the model **p<.001; *p<.05	Adj R2=.103; F(8, 1271)=18.42; p.000	Adj R2=.181; F(8, 1271)=32.83, p=.000

Observăm că cei care se angajează în practici de conectare sunt mai degrabă băieți, mai în vârstă, cu practici de folosire activă a Facebook, dar și cu un număr mare de prieteni, amintind de modelul „cei mai bogați vor deveni și mai bogați” (teoria ”*rich get richer*”). Practicile de deconectare sunt mai degrabă specifice fetelor, de asemenea celor mai în vârstă, care folosesc un număr mai mare de platforme, ceea ce sugerează o nevoie de ”curățare” pentru a gestiona modalități și canale de comunicare multiple, în acord cu teoria evitării „aglomerației digitale” (Joinson et al., 2011).

În continuare prezentăm rezultatele analizei cluster care ne-au permis să identificăm grupuri de utilizatori în cadrul practicilor de conectare/ deconectare analizate.

Tabelul 4. Descrierea grupurilor rezultate în urma analizei cluster. Scorurile medii ale principalelor variabile pentru cele trei grupuri

	Cluster 1 Nivel mare de deconectare (C1)	Cluster 2 Nivel mare de conectare (C2)	Cluster 3 Nivel scăzut atât de conectare, cât și de deconectare (C3)	Anova Tests Significant differences calculated with Tukey’s Post-hoc tests Significant differences among clusters (p<.000)
% cazuri	28%	15%	57%	
Nivelul de conectare /Bridging (Min=0; Max=3)	1.32	2.33	0.51	1, 2 și 3
Nivelul de deconectare /Breaking (Min=0; Max=3)	2.38	.66	.79	1, 2 și 3
Vârsta	15.5	15.02	14.3	1, 2 și 3
Gen (Dummy; 1= ‘băieți’)	.43	.68	.56	1, 2 și 3
Număr de platforme de socializare online folosite (Min=1; Max=5)	3.9	3.6	3.2	1, 2 și 3
Utilizare zilnică a Facebook-ului (Dummy; 1= da)	.96	.95	.87	1 și 3; 2 și 3
Utilizare zilnică a Instagram (Dummy; 1= Da)	.80	.64	.52	1, 2 și 3
Numărul de Prieteni pe Facebook (Min=1; Max=5)	2.18	1.83	1.4	1, 2 și 3
Utilizare activă a FB (Min=0; Max=4)	3.3	2.9	2.5	1, 2 și 3
CPO (Min=0; Max=3)	2.6	2.4	2.3	1și 3; 2 și 3

Rezultatele arată că grupul C3 este complet diferit de C1 și C2, dar primele două nu diferă semnificativ. C3 cuprinde cei mai tineri respondenți, la începutul folosirii Facebook, care

au cel mai mic număr de prieteni (între 100-500), mai degrabă băieți (56%), și care utilizează cei mai mic număr de rețele de socializare. Acești copii folosesc mai puțin Facebook și Instagram, și au o utilizare oarecum pasivă. Este grupul care are cel mai mic scor pentru calitatea prieteniei online, ceea ce poate fi explicat prin folosirea redusă a Facebook. În acest grup vom găsi copii sub vârsta „legală” a Facebook (10-12 ani) care, deși sunt utilizatori, sunt ezitanți în a-și lărgi orizontul social, limitându-se la transpunerea rețelei personale din offline în online, sub ochiul aprobator al părinților (Barbovschi et al., 2015).

Grupul C2 conține o populație mai în vârstă decât C3 și cel mai mare procentaj de băieți (comparativ cu celelalte grupuri), în acord cu Modelul 1. Acesta este de asemenea grupul cu cel mai mic scor pentru practici de deconectare. Numărul lor de prieteni nu este foarte mare, dar este în creștere prin folosirea diverselor practici de conectare. Nu sunt cei mai în vârstă, și deși au o utilizare a rețelelor mai intensă decât cei mai mici, C2 sunt încă departe de nivelul celor din C1.

Grupul C1 îi adună pe cei mai avansați utilizatori, în ce privește vârsta, ani de folosire Facebook, număr de prieteni cu o medie de 500-1000 prieteni). Sunt cei mai activi pe Facebook, utilizează intens Instagram și raportează cel mai înalt nivel al calității prieteniei online. De asemenea au și cel mai mare grad de „deconectare”.

Nu în ultimul rând, am observat că prietenia online și calitatea acesteia explică mai mult practicile de conectare decât cele de deconectare (când variabilele demografice și de utilizare a media sociale sunt menținute constante), deși se corelează mai puternic cu practicile de deconectare, acest aspect evidențiindu-se cel mai puternic în grupul C1 cu utilizare intensă. Acest fapt poate fi explicat prin calitatea prieteniei care la rândul ei este afectată de utilizarea intensă a Facebook sau de nivelul competențelor digitale (subiect neabordat aici), care în mod documentat este mai ridicat în rândul adolescenților mai mari (Livingstone et al., 2011).

Autodezvăluire și validare online - practici de prietenie. Diferențe de gen și vârstă

Studiul nostru a arătat că identitatea online se construiește în cadrul practicilor de auto-prezentare și validare mutuală de către prieteni pe media sociale. Nevoia de validare joacă un rol important în felul în care tinerii își crează și curează imaginea de sine online; mai mult, normele reciproc impuse legate de ce se cuvine și de supraveghere mutuală (Cover, 2015) crează un câmp în care mecanismele de validare/ invalidare au loc. Iar în ultimul rând, posibilitățile tehnice specifice fiecărei platforme construiesc un repertoriu precis pentru comunicarea aprobării sau dezaprobării, în funcție de gratificațiile așteptate (Taddicken & Jers, 2011), în timp ce aceste posibilități sunt la rândul lor legate de abilitățile învățate de folosire a media sociale (care au un parcurs conectat dezvoltării adolescenților, cu cei mai în vârstă fiind și mai conștienți de posibilitățile tehnice, dar și mai conștienți de regulile jocului).

Rezultatele noastre nu confirmă teoria lui Cover (2015), și anume adolescenții încă discern între identități online și offline, ultima fiind apreciată pentru controlul mărit în ce privește prezentarea de sine, iar prima pentru controlul oferit asupra publicului și a ”valorilor țintă” (Kramer & Haferkamp, 2011). Tinerii sunt conștienți că prezentarea de sine online e mai durabilă, în special în forma sa scrisă, cu un impact așteptat pentru viitorul sine online, ceea ce influențează aspectul performativ al practicilor de auto-prezentare. Cu toate acestea, adolescenții promovează un discurs al autenticității, pretinzând o coerență între identitatea online și cea offline. În acest sens, reținem ideea lui Cover (2015) că asistăm la o iluzie a sinelui creată de ”jocuri” repetitive ce capătă consistență. Remarcăm de asemenea evoluția de la interesul adolescenților în tehnologie ca formator de relații (și de identitate), spre folosirea tehnologiei în sensul decodării normelor sociale și a regulilor de relaționare. Cei mai tineri sunt mai interesați de ”joaca de-a tehnologia”, dar și de folosirea opțiunilor platformei pentru o prezentare de sine cât mai precisă.

Diferențele de gen în validare de sine mutuală sunt evidente, fetele căutând mai multă validare sub forma Like-urilor, comentariilor sau a ”reacțiilor” de Facebook, ceea ce nu înseamnă că băieților nu le pasă de aceste lucruri. Diferențele stereotipe apar și în discursul tinerilor, băieții pretinzând că fetele se preocupă mai mult de imaginea lor online. Când vine vorba în schimb de imaginea ”profesională”, diferențele de gen devin irelevante. În ceea ce privește diferențele de vârstă, datele arată, similar altor cercetări, că perioada adolescenței este importantă pentru dezvoltarea psihologică a sentimentului de sine (Valkenburg & Peter, 2008), dar și pentru formarea competențelor sociale și cunoștințelor culturale (Pasquier, 2008) dar și pentru formarea competențelor digitale (Livingstone, 2016), toate acestea contribuind la felul în care identitatea este construită și jucată. Cei mai mari dintre adolescenți tind să fie foarte critici față de dezvăluirea sentimentelor personale și a emoțiilor online, văzând acest comportament nu ca o nevoie de empatie sinceră, ci mai degrabă drept comportament de căutare a atenției, reacția cea mai frecventă fiind blocarea sau încetarea de a mai ”urmări” aceste persoane. Mai mult, respondenții noștri știu că cei care postează astfel de lucruri sunt copiii sau persoanele în vârstă, dar și cei cu statut socioeconomic scăzut, respingerea lor creând un act de distincție ca în teoria lui Bourdieu (1984). De asemenea, adolescenții au atitudini ambigue față de identități colective asumate în mod necritic. Pe de-o parte, tind să respingă rapid și să nu mai urmărească prezentări de sine asociate unor identități problematice, cum ar fi cea religioasă. Pe de altă parte, majoritatea se angajează în ”provocări” online, luând parte așadar la un tip de ”colectivitate fără miză”.

Tot o practică de distincție este presiunea de a nu fi asociați cu tipul de persoane ”greșite”, adică neacceptate de Alții semnificativi (Vigotsky, 1980) care se transformă în adolescență din părinți în grupul de prieteni (Pasquier, 2008). ”Persoanele greșite” pot să ia forme diferite, de la stil de viață diferit, la diferențe rasiale, iar când e vorba de fete, la judecăți

despre moralitatea și reputația acestora. Acest tip de presiune și practicile asociate (e.g. ascunderea listei de prieteni sau colectarea unei liste mari în care ”persoanele greșite” se pierd, după cum spunea un băiat), se bazează pe două tipuri de constrângeri menționate mai sus, anume imaginea socială și ”valorile țintă” (Kramer & Haferkamp, 2011).

Imaginea corporală a adolescenților și importanța legăturilor de prietenie online

Mass-media și rolul acestora în promovarea unor standarde de frumusețe (ne)sănătoase au constituit obiectul unor îngrijorări în ultimii ani. Norme legate de măsuri corporale și greutate (precum și presiunea de a fi slab/ă) au fost corelate cu dezvoltarea unor dezechilibre alimentare (Cooley & Toray, 2001; Cusumano & Thompson, 1997), ce pot apărea încă din copilărie (Kostanski & Gullone, 1999). Mai recent media sociale au dovedit că joacă și ele un rol cheie în reproducerea normelor și standardelor de frumusețe (Fardouly, Diedrichs, Vartanian & Halliwell, 2015), afectând preponderent fete și femei, deși băieții și bărbații nu sunt feriți de presiunea spre conformare unor standarde precum corp și abilități atletice, în special în perioada adolescenței (Smolak & Stein, 2006; Cafri et al., 2005; Ricciardelli & McCabe, 2004). Adolescența în mod particular este o perioadă caracterizată de importanța relațiilor de prietenie, iar expunerea la imagini idealizate ale sinelui și ale altora în media și media sociale pot avea efecte negative asupra evaluării de sine și a bunăstării generale (Fardouly et al., 2015), în special pentru fete adolescente și pre-adolescente, pentru care timpul petrecut pe Facebook a fost asociat cu mai multe îngrijorări legate de imaginea corporală (Tiggemann & Slater, 2013; 2014). În plus, comparațiile cu prietenii de aceeași vârstă au un mai mare efect asupra grijilor legate de imaginea corporală decât comparațiile cu top-modele profesioniste (Carey, Donaghue & Broderick, 2014).

Din aceste motive, impactul acestor mecanisme asupra imaginii corporale de sine la adolescenții români este un subiect demn de investigat. În această secțiune examinăm conexiunile dintre folosirea media sociale, practici de prietenie și percepții ale imaginii corporale, folosind datele cantitative ale studiului nostru (980 respondenți, cu vârste între 14 și 18 ani). Ținând cont de faptul că frumusețea este conceptualizată diferit în diverse culturi, România oferă un caz interesant pentru examinarea percepțiilor legate de imaginea corporală la adolescenți, în contextul unei culturi de consum post-comuniste influențată masiv de media vestice. Pentru Scala de Imagine Corporală (SIC), am folosit 11 itemi adaptați din două scale, una de 21 de itemi constituind ”Conștiința de corp obiectificat”, dezvoltată de McKinley & Hyde (1996), iar cealaltă de 21 de itemi, ”Scala stimei de sine corporale la adolescenți și adulți” (Mandelson, Mandelson & White, 2001). Analiza factorială a produs doi factori, unul pe care l-am numit ”SIC- Standarde și rușine”, iar al doilea ”SIC-Viață socială de succes”. Primul

factor a grupat itemi precum “Îmi este rușine de felul în care arăt” sau “Când mă uit la pozele prietenilor mei simt că nu arăt destul de bine”, în timp ce al doilea factor a inclus itemi ca ”Felul în care arăt mă ajută să îmi fac noi prieteni”.

Analizele au investigat conexiunea între practicile de prietenie (cele 5 dimensiuni ale scalei noastre, validare, auto-dezvăluire, conflict, ajutor, companie și exclusivitate) și imaginea legată de corp. În mod similar altor cercetări, băieții raportează scoruri de imagine corporală mai mari, în timp ce fetele declară în mai mare măsură că le este rușine de propriul corp (Rodin, Silberstein & Striegel-Moore, 1984). La fel ca în cercetări anterioare (Fardouly et al., 2015), utilizarea media sociale în sine nu afectează felul în care adolescenții se raportează la propriul corp, ci prin efectul de mediere al relațiilor de prietenie. Cu toate acestea, Facebook are un impact asupra standardelor internalizate și a rușinii adolescenților față de propriul corp, dar și asupra cât de succes se simt în viața lor socială, dacă au relații conflictuale cu prietenii lor. Instagram și Snapchat, la fel ca și popularitatea pe media sociale, au fost corelate cu standardele internalizate și cu rușinea. Dar aceleași platforme au un efect pozitiv dacă adolescenții se angajează în practici de validare, auto-dezvăluire și exclusivitate cu prietenii lor. În mod surprinzător, conflictul în relațiile cu prietenii sporește încrederea corporală legată de o viață socială satisfăcătoare (ceea ce poate sugera că relațiile de prietenie, conflictuale sau nu, sunt importante în această etapă pentru dezvoltarea unei imagini de sine corporale aprobate social). În plus, factorul ”Standarde și rușine” corelează pozitiv cu auto-dezvăluirea, exclusivitatea și conflictul, o explicație putând fi, conform cercetărilor anterioare, că discuțiile și presiunile spre a fi slabă sau șicanele între prieteni pot crește lipsa de satisfacție corporală (Thøgersen-Ntoumani et al., 2016; Gondoli et al., 2011).

În ultimul rând, am examinat diferențele de gen și, așa cum am presupus, am găsit diferențe atât în ce privește media sociale și practicile de prietenie. Pentru băieți, practicile de prietenie au un mai mare impact asupra standardelor corporale și a rușinii (similar cu Ricciardelli, 2012, p. 184), în timp ce folosirea Facebook aduce mai multe conflicte, care la rândul lor generează mai multe standarde și rușine internalizate. Folosirea Facebook a fost de asemenea asociată cu practici de validare, care duc la mai multă auto-dezvăluire, care în schimb produce rușine față de propriul corp. Aceste conexiuni pot fi explicate prin practicile de ridiculizare între băieții adolescenți (Ricciardelli, 2012). Pentru fetele adolescente, auto-dezvăluirea nu are nici un efect, în schimb practicile de exclusivitate sunt relevante. În mod asemănător băieților, relațiile conflictuale conduc spre mai multe standarde internalizate și rușine corporală. Și în acest caz, Facebook are un efect indirect prin practici conflictuale, crescând nivelul rușinii. În mod interesant, Facebook are un efect pozitiv asupra imaginii corporale de succes social via practici conflictuale. În plus, folosirea Instagram și Snapchat duc la o mai mare încredere în imaginea corporală prin intermediul practicilor de validare. În contrast cu băieții, toate dimensiunile practicilor de prietenie, conflict, exclusivitate și validare au un efect pozitiv

direct asupra imaginii corporale legate de viața socială. Mai mult, cu cât se angajează în practici de validare reciprocă, cu atât aceasta duce la o imagine mai bună legată de viața socială.

Situațiile de abuz al informațiilor personale (AIP) online

Situațiile de abuz al informațiilor personale (AIP) online pot avea consecințe negative asupra persoanei care reprezintă ținta lor (Beyth-Marom et al. 1993; Boyer 2006; Gullone and Moore 2000). Aceste situații pot include atacul și spartul conturilor online (Livingstone and Bober 2004), comportamente sexuale de risc (Ybarra et al. 2007), etichetarea nedorită în poze, împărtășirea de informații fără permisiune (Barbovschi & Velicu, 2015). Deși toate aceste situații de abuz de informații personale au fost considerate din start ca fiind ‘de risc’, apare întrebarea care este impactul lor real asupra prezumatei victime. Avem de-a face, de fiecare dată, cu un impact negativ al acestor situații asupra celor cărora informațiile personale le-au fost folosite fără sau împotriva voinței lor? Sau, în noua cultură digitală a tinerilor, aceste comportamente s-au naturalizat sau ‘normalizat’ (normalizarea ca proces social: Foucault, 1990), fiind incluse ca forme de interacțiune acceptabile sau chiar dorite (pentru creșterea popularității, de exemplu).

În urma fazei I a proiectului, au fost identificate o serie de astfel de situații care au fost ulterior măsurate în etapa cantitativă în ceea ce privește: (1) frecvența – dacă au fost implicați în o situație de tipul respectiv ca victimă, ca agresor sau ca martor; (2) impactul pe care l-ar avea o astfel de situație asupra lor și (3) atitudinea (i.e. acceptabilitatea) față de acea situație.

- Există o corelație puternică între situația de victimă a AIP și angajarea în aceste comportamente ca agresor (cu procente variind de la 25% la 59% de victime care sunt și agresori).
- Există diferențe de gen, băieții devin agresori mai des în situații considerate mai puțin acceptabile), cum ar fi ”spargerea contului și trimiterea de mesaje vulgare la lista de contacte”, sau ”facerea publică a unor poze nud sau semi-nud pe care persoana le-a trimis în privat”.
- Folosirea rețelelor de socializare online nu are un efect direct asupra acceptabilității AIP.
- Folosirea SNS are un efect indirect asupra acceptabilității AIP prin două dimensiuni ale prieteniei – auto-dezvăluire și conflictul cu prietenii – și prin implicarea în aceste situații ca victimă sau ca agresor.
- Implicarea în situații de AIP, fie în calitate de victimă, fie în calitate de agresor, influențează pozitiv acceptabilitatea situațiilor AIP.
- Rolul de agresor duce la scoruri de acceptabilitate mai mari decât rolul de victimă.

Tabelul 5. Percepția asupra a cât de problematice vs. acceptabile sunt situațiile de AIP

Cât de problematice crezi că sunt aceste situații?	Scorul de acceptabilitate		
	1= nivel scăzut; 4= nivel ridicat		
* <i>diferențe semnificative pe dimensiunea gen, p< .001, pentru toate situațiile de AIP</i>	Total	Băieți*	Fete
PDM1 Cineva dă like sau share la o poză veche cu care persoana nu se mai simte confortabil.	2.97	3.08	2.85
PDM2 Cineva publică niște poze cu care cu care persoana nu se mai simte confortabil.	1.98	2.18	1.75
PDM3 Cineva face public un mesaj privat (prin screenshot)	2.04	2.20	1.86
PDM4 Cineva falsifică niște mesaje private și le face publice	1.44	1.61	1.26
PDM5 Cineva sparge un cont (de FB, jocuri etc)	1.4	1.54	1.22
PDM6 Cineva sparge un cont și trimite mesaje vulgare la cei din listă	1.32	1.46	1.15
PDM7 Cineva face o pagină falsă de Facebook în care face mișto, postează lucruri neadevărate sau răutăcioase.	1.59	1.79	1.36
PDM8 Cineva face publice poze nud sau seminud care au fost inițial trimise unei persoane în privat	1.43	1.61	1.23

Studiu de caz: sexting-ul și percepția tinerilor asupra lui

Pentru o mai profundă înțelegere a situațiilor de AIP, am realizat un studiu de caz pentru situația de sexting consensual deturnat, care reprezintă acea situație în care fotografiile intime ale unei persoane care au fost trimise pentru folosire privată altei persoane sunt distribuite în cerc mai larg de către destinatar, fără acordul persoanei care a trimis pozele. În literatura de specialitate această practică apare uneori sub numele de “pornografie în scopul răzbunării” (“*revenge porn*”, Halde & Jaishankar, 2013) sau “*revenge sexting*”. În general întâlnim două discursuri antagonice atunci când este abordat fenomenul: discursul **normativ**, conform căruia *sexting*-ul este un comportament intrinsec rău și condamnat și discursul ‘**normalizant**’ care concepe *sexting*-ul ca fiind o practică normală în dezvoltarea intimității sexuale a adolescenților în era digitală, deturnarea acestei practici reprezentând un abuz din partea destinatarului inițial (Doring, 2014).

Acest tip de abuz a suscitat atenția cercetătorilor și oamenilor care se ocupă de politici publice în sfera educațională prin urmările negative de natură socială și psihologică pe care le

produce asupra victimei (Beyth-Marom et al. 1993; Boyer 2006; Gullone & Moore 2000). Nu în ultimul rând, la nivel societal, studierea percepției asupra acestei situații dă seama de stereotipurile de gen și de perpetuarea standardului dublu în evaluarea unui comportament (Mascheroni et al., 2015). La nivel practic, miza studierii acestui fenomen privește implicarea școlii, ca instituție educativă, în campaniile de conștientizare a situațiilor de *sexting*, ca parte a unor campanii mai largi de prevenire a cyberbullying-ului. Astfel, așa cum arată deja unele studii Döring (2014), astfel de campanii pot să-și rateze ținta dacă nu înțeleg semnificația *sexting*-ului în rândul adolescenților, abordând astfel greșit fenomenul.

În cadrul anchetei pe bază de chestionar, adolescenților (11-18 ani) le-a fost prezentată o situație ipotetică, în care o poză nud trimisă în cadrul unei relații romantice de către o fată pentru uzul privat al partenerului este făcută publică de către acesta în urma despărțirii – și au fost puși să își imagineze/ să evalueze urmările situației, pe de o parte, din perspectiva victimei (unde a fost urmărit impactul general, impactul emoțional și capacitatea de reziliență) și, pe de altă parte, din perspectiva martorului-prieten, atât al fetei, cât și al băiatului. De asemenea, pentru a măsura gradul de răspândire a unei astfel de situații în rândul adolescenților, aceștia au fost întrebați dacă au fost implicați în astfel de situații, în calitate de victimă, agresor sau prieten.

Tabloul 6. Frecvența situației de *sexting* deturnat în rândul adolescenților în funcție de sex și vârstă.

	Băieți (%)	Fete (%)	Gimnaziu (%)	Liceu (%)	Total (%)
1. Am făcut si eu asta cuiva	85	15	32	68	5
2. Mi s-a întâmplat mie personal	73	27	41	59	6
3. S-a întâmplat unui prieten apropiat	61	39	29	71	17
1. $\chi^2_{sex}(1,1153)=23.43, p<0.005; \Phi=.14, p<.005; \chi^2_{clasă}(1,1153)=.647, p=.421$ 2. $\chi^2_{sex}(1,1153)=12.12, p<0.005; \Phi=.10, p<.005; \chi^2_{clasă}(1,1153)=.466, p=.495$ 3. $\chi^2_{sex}(1,1153)=6.91, p<0.009; \Phi=.07, p<.009; \chi^2_{clasă}(1,1153)=6.84, p<.009< \Phi=.07$					

În ceea ce privește percepția asupra acestei situații:

- Majoritatea adolescenților percep *sexting*-ul consensual deturnat ca fiind problematic, 75% declarând că este o problemă foarte gravă și 14% că este oarecum o problemă. Totuși, 6% dintre ei acceptă ca total neproblematică această situație ('este OK'), în timp ce 5% consideră că este OK dacă este făcută în glumă.

- Atât fetele cât și băieții consideră această formă de AIP ca fiind problematică; totuși, procentul băieților care îl consideră acceptabil (17,6) este sesizabil mai mare decât procentul fetelor care consideră același lucru (3,5%). Deși, per ansamblu, elevii de liceu și cei de gimnaziu consideră cam în aceeași proporție ca fiind problematice situațiile de acest tip (87,6% cei de gimnaziu și 89,9% cei de liceu), elevii de liceu consideră în mai mare proporție decât cei de gimnaziu ca fiind o problemă ‘foarte gravă’.
- Percepția asupra vinei în cazul sexting-ului deturnat: o treime dintre respondenți consideră *sexting*-ul și nu deturnarea acestuia ca fiind problematică, plasând (în 32% dintre răspunsuri) vina pe seama fetei că s-a implicat în actul de *sexting*. Transmiterea mai departe a pozelor de către băiat, destinatarul inițial, a fost blamată de 26% dintre respondenți, în timp ce 12% consideră că prietenii, care au făcut publice pozele, sunt de vină. Astfel, rezultatele prezentate în **Figura 1** confirmă studiile anterioare (Lippman & Campbell, 2014, Mascheroni et al., 2015) care vorbesc despre evaluarea diferită a situațiilor de *sexting* în funcție de genul celui care trimite poza, fiind mai blamat în rândul fetelor.
- Există o asociere semnificativă pozitivă între blamarea fetei pentru situația creată și genul respondentului, fetele fiind mai categorice în a da vina pe victimă. Acest rezultat este unul nou în studierea fenomenului, arătând o lipsă de solidaritate a fetelor cu victima. Procentele arată aceleași evidențe: 37% (fete) vs 27% (băieți) blamează *sexting*-ul, în timp ce doar 23% din fete spun ca deturnarea *sexting*-ului a generat situația.

Figura 1. Atitudinea etică a tinerilor referitor la *sexting*-ul consensual deturnat în funcție de sex (procentele celor care au răspund cu “Da” la următoarele întrebări)



1. “Ea, Pentru că nu trebuia să trimită poze cu ea nud”: $\chi^2(1,1153)=8.57, p<0.005; \text{Phi}=.11, p<.005;$
2. “El, pentru că a dat pozele mai departe”: $\chi^2(1,1153)=2.68, p=0.10;$
3. “Prietenii lui, pentru că au publicat pozele pe rețelele de socializare”: $\chi^2(1,1153)=.522, p=470;$

În ciuda faptului că atunci când au fost întrebați despre aspectul etic al situației ipotetice prezentate majoritatea adolescenților au blamat victima (ca inițiatore a actului de *sexting*), când au fost puși să se situeze în poziția prietenului victimei sau al agresorului, respondenții s-au re poziționat și, aproape jumătate dintre ei, **s-au declarat dispuși să susțină emoțional victima** sau să o apere în mod public. Mai mult, în timp ce un sfert dintre ei considera că victima a greșit și “ar certa-o”, doar 4% declară că s-ar îndepărta de ea și 5% nu s-ar implica considerând că nu este problema lor.

La polul opus, în timp ce doar 26% dintre adolescenți au fost dispuși să atribuie vina situației respective băiatului, dacă ar fi prietenul acestuia percepția lor cu privire la moralitatea actului s-ar schimba. Astfel, cei mai mulți (**41%**) **consideră că prietenul lor a greșit** și ar încerca să îl “îndrepte”, în timp ce **21% s-ar distanța de el**. Doar 12% s-ar poziționa alături de agresor oferindu-i susținere publică și 4% l-ar “ajuta” în actul de deturnare a comunicării inițiale, distribuind poza mai departe. Dacă ar fi prietenul sau prietena băiatului, 15% din adolescenți nu ar simți nevoia să se poziționeze în niciun fel și nu s-ar implica în această situație, spre deosebire de situația opusă (prietenul/prietena victimei) unde doar 5% ar sta deoparte.

Recomandări

În contextul în care pe 25 mai 2018 toate statele Uniunii Europene vor trebui să adopte sau să adapteze local directiva General Data Protection Regulation, potrivit căreia, în Articolul 8, se stipulează ridicarea la 16 ani a pragului de la care copiii pot să fie activi pe internet fără acordul părinților, cercetări precum Prieteni 2.0 sunt importante deoarece oferă date contextualizate național cu privire la activitatea online a tinerilor dintr-un spațiu cultural specific, oferind astfel decidenților date pe care să poată să își fundamenteze politicile publice. De asemenea, aceste date sunt importante pentru alți actori sociali (e.g. școala) care pot oferi sprijin real și adecvat copiilor pentru a face față situațiilor problematice pe care aceștia le întâlnesc online.

Situațiile abuzive și campaniile anti-cyberbullying

În literatura de specialitate au fost deja documentate situații în care campaniile de conștientizare sau de prevenire a *cyberbullying*-ului au avut o abordare greșită prin faptul că puneau accent pe pericole foarte prezente în discursul public și mediatic dar mai puțin reale pentru populația care făcea obiectul campaniei respective. Rezultatele proiectului Prieteni 2.0 au arătat că situațiile pe care tinerii le consideră problematice sunt diferite de cele care au constituit subiectul unor campanii trecute (e.g. *grooming*-ul) și în general sunt necunoscute/ nefamiliare adulților. De aceea **recomandăm**:

- În realizarea campaniilor de prevenire sau conștientizare a *cyberbullying*-ului să se țină cont și de părerile copiilor în ceea ce privește situațiile pe care ei le consideră a fi problematice și cu care se întâlnesc online; astfel se va evita realizarea unor campanii pe subiecte ale unor panici mediatice.

Victimă sau agresor sau victimă și agresor?

Confirmând alte cercetări anterioare, Prieteni 2.0 a arătat că într-un procent destul de mare, victimele și agresorii din situațiile de abuz de date personale se suprapun. Mai mult, implicarea respondentului în astfel de situații în rol de agresor duce la scoruri de acceptabilitate a acestor situații mai mari decât dacă sunt implicați din poziția de victimă. De aceea recomandăm:

- O abordare sistemică a acestor situații în campaniile de educare sau de conștientizare, care să nu opereze diviziuni simplificatoare asupra subiectului (victimele sunt de o parte, agresorii de altă parte), ci să înțeleagă dualitatea rolului de victimă-agresor, împreună cu implicațiile acestui rol.

Importanța incluziunii sociale

Datele proiectului Prieteni 2.0 arată importanța incluziunii sociale la niveluri multiple – grup de prieteni, familie, comunitate extinsă – în prevenirea intrării în cercul violenței, fie ca victimă, fie ca agresor. Astfel, copiii care raportează scoruri mari la scala de incluziune socială (e.g. ‘Mă simt acceptat de prieteni’), au șanse mai mici decât restul de a deveni victimă sau agresor. De aceea recomandăm:

- Abordarea problemei riscurilor internetului de către școală într-o viziune mai largă care să urmărească nu doar evitarea riscurilor prin prohibiție, ci prin sporirea calității vieții, la un nivel general, a copilului.

Prietenul: un important agent de influență

Cercetarea a relevat importanța prietenului ca ‘autoritate’ în stabilirea standardelor de estetică corporală și a normelor de comportare atât în online cât și în offline. Atât pentru fete cât și pentru băieți, prietenii joacă un rol important în acceptarea sau rușinea pe care tinerii o resimt față de propriul corp și în autopercepția gradului de atractivitate personală în relațiile cu ceilalți. Aceste standarde sunt reproduse prin modul în care ei folosesc media sociale și se prezintă pe acestea. De aceea recomandăm:

- Dezvoltarea unor programe de educație mediatică (media literacy) prin care să se pună accent pe abordarea critică a folosirii media sociale pentru a evita reproducerea stereotipiilor de gen și a promovării unor standarde nerealiste și nesănătoase de frumusețe. Aceste programe trebuie să aibă o abordare globală, plasând copiii în contextul social în care folosesc media, și nu doar în perspectivă individualistă. De asemenea aceste programe trebuie să pună accentul pe folosirea responsabilă a media sociale.

Educația pentru folosirea tehnologiilor de informare și comunicare (TIC)

În general aceste situații abuzive au legătură cu intruziuni în sfera privată a cuiva prin spargerea diferitelor conturi sau cu expunerea sau dezvăluirea publică a unor aspecte legate de viața privată a unei persoane fără acordul acesteia (de la mici șicane de tip etichetarea într-o poză nepotrivită, la distribuirea publică sau în rețele de prieteni a unor poze intime). Acest tip de comportamente nu se rezolvă prin interdicții, ci prin educare, atât la nivelul regulilor sociale de utilizare a SNS, cât și prin educare juridică privind aspectul juridic al unor astfel de comportamente. De aceea **recomandăm**:

- Considerarea, în cadrul curriculum-ului de educație pentru folosirea tehnologiilor de informare și comunicare (TIC), a aspectelor sociale și juridice a folosirii TIC, precum și a

măsurilor de folosire în siguranță a internetului în general și a SNS în special (am remarcat de exemplu, ca și în alte cercetări, un număr foarte mare de utilizatori care au profilul public).

Între protecție prin interdicție și împuternicire

Ca și alte cercetări anterioare (e.g. EU Kids Online și Net Children Go Mobile), Prieteni 2.0 a arătat că în ciuda faptului că vârsta legală pentru deținerea unui cont de o platformă online de socializare este de 13 ani, copiii sunt de găsit acolo cu mult înaintea acestei vârste, de multe ori cu acordul tacit al părinților. O dată aflați pe platformă, de multe ori în lipsa unui “Ghid (social) de utilizare”, copiii consideră situațiile abuzive sau deranjante pe care le întâlnesc acolo ca pe ceva ‘normal’. Astfel, studiul nostru arată că folosirea SNS are un efect indirect asupra acceptabilității abuzului de informații personale prin două dimensiuni ale prieteniei – auto-dezvăluire și conflictul cu prietenii – și prin implicarea în aceste situații ca victimă sau ca agresor. De aceea recomandăm:

- Încurajarea copiilor de către părinți și profesori să vorbească despre situațiile deranjante care li se întâmplă sau la care asistă pe internet și încurajarea lor să acționeze pentru oprirea acestora.
- Deoarece aceste date confirmă studii și teorii anterioare care leagă riscurile online de oportunitățile online și de utilizarea mai intensă și diversificată a internetului (e.g. teoria ”mai mare utilizare, mai mare risc”, Livingstone et al., 2011), recomandăm ca protecția copiilor să nu se realizeze prin interdicție, ci prin educarea în scopul prevenirii situațiilor riscante și oferirea sprijinului în cazul în care aceste situații apar.

Părinții, un partener important al școlii

În toate acțiunile de informare și educare dezvoltate în cadrul școlii (fie că este vorba despre orele de TIC sau de abordarea acestor subiecte trans-curricular – în cadrul altor discipline – sau chiar de campanii de prevenire și conștientizare pe care școala le organizează cu privire la utilizarea în siguranță a internetului), un rol important îl joacă părinții. Datele proiectului Prieteni 2.0, care confirmă alte cercetări în domeniu, arată că există o ruptură la acest nivel între școală și părinți, uneori discursurile lor și strategiile de mediere folosite fiind divergente. De aceea recomandăm:

- Realizarea unui parteneriat între școală și părinți pentru educarea copiilor în spiritul folosirii internetului în siguranță și a unei utilizări pro-sociale a acestuia.
- Un rol mai activ al școlii în informarea părinților, acolo unde este nevoie, despre tehnologiile digitale (despre instrumentele pe care le au la îndemână pentru medierea tehnologică a folosirii internetului de către copii – e.g. Opțiunile de control parental – sau despre aspecte legale ale folosirii internetului – vârsta de la care copiii pot să își deschidă un cont pe o

platformă de socializare, vârsta de la care sunt responsabili în fața legii pentru acțiunile pe internet etc.).

Abordarea sexting-ului într-un cadru obiectiv și realist în școală

Rezultatele studiului de caz pe *sexting*-ul deturnat (situația în care o poză nud trimisă inițial în mod consensual este trimisă mai departe altora fără acordul primei persoane) oferă câteva elemente importante pentru abordarea acestor situații în cadrul unor posibile campanii publice sau în școală în cadrul diferitelor lecții (e.g. dirigenție, ICT, filosofie sau etică etc.). Unele cercetări internaționale care au implicat și România (e.g. EU Kids Online și Net Children Go Mobile) au arătat că, la acest moment, școala e un actor pasiv în educația pentru folosirea în siguranță a internetului, ignorând total fenomenul de *sexting* deturnat. Subiectul comunicării romantice dintre adolescenți prin *sexting* pare să fie unul tabu pentru școală, care preferă o viziune simplificatoare, considerând toți adolescenții doar sub aspectul statutului lor legal de “minor”, negându-li-se dreptul la o viață romantică sau sexuală asociată cu capacitatea de acțiune. Pe de altă parte, datorită răspândirii tehnologiei digitale care permite cu ușurință înregistrarea și trimiterea mai departe a fotografiilor, materialelor video și audio, aceste activități sunt la îndemâna tinerilor.

De aceea recomandăm:

- Abordarea acestui subiect în cadrul diferitelor ore la școală și prezentarea lui într-o manieră mai complexă, iar nu strict în paradigma “blamarea victimei”.
- Depășirea încadrării acestui risc ca fiind unul care le privește doar pe fete.
- Deși este bine ca tinerii să fie conștienți de riscul la care se expun când trimit astfel de conținuturi, abordarea subiectului în cadrul școlii ar trebui să se refere la riscurile juridice la care se expun agresorii (e.g. abuz de date personale) și de asemenea la riscurile la care se expun martorii (oricine primește astfel de conținuturi și le descarcă în dispozitivul propriu este pasibil de deținere de pornografie infantilă).
- Cercetarea noastră a arătat că tinerii își schimbă atitudinea față de acest subiect atunci când sunt puși să empatizeze cu victima (i.e. situația de a fi prietenul/ prietena victimei). Astfel este necesară o abordare a situațiilor într-o manieră contextualizată pentru a le permite tinerilor să se identifice cu victima și să iasă din paradigma numită în literatură “third person effect” (efectul persoanei a treia: se poate întâmpla altora, nu și mie).
- Este necesară de asemenea o perspectivă critică, care să atragă atenția asupra construcției masculinității și a feminității și asupra dublului standard la nivel social. Întreținute de multe ori de cultura populară (e.g. versurile cântecelor, filme și seriale populare la televizor), aceste construcții care devin privire stereotipă denaturează de multe ori în situații problematice care au în centru problema coerciției și a abuzului. Înțelegerea acestor mecanisme sociale și deconstrucția lor este astfel importantă, alături de înțelegerea implicațiilor legale, în

prevenirea situațiilor de deturnare a *sexting*-ului consensual, prin asigurarea unui climat de responsabilitate și respect reciproc în mediul online.

Referințe (selecție)

Formarea și ruperea legăturilor de Prietenie online

- Barbovschi, M., Machackova, H., & Ólafsson, K. (2015). 'Underage' use of Social Network Sites: it's about friends. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(6): 328-332.
- Boase, J., & Kobayashi, T. (2008). Kei-Tying teens: Using mobile phone e-mail to bond, bridge, and break with social ties—a study of Japanese adolescents. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66(12), 930–943. <http://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2008.07.004>
- Boase, Jeffrey & Wellman, Barry (2006). Personal Relationships: On and Off the Internet. In Vangelisti, A. L., & Perlman, D. (Eds.). (2006). *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*. Cambridge: Cambridge University Press. <http://doi.org/10.1017/cbo9780511606632>. Pp. 709-726
- boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens* (pp. 1–296). New Haven and London: Yale University Press.
- boyd, D. (2006). Friends, friendsters, and myspace top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11(12).
- Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873–892. <http://doi.org/10.1177/1461444810385389>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Haddon, L. & Vincent, J. (Eds.). (2014). *European children and their carers' understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media*. (No. D4.1.) (pp. 1–104). Milano: Unicatt.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., & Horst, H. A. (2010). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking out*. Cambridge and London: The MIT Press.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011a). *Risk and Safety on the Internet*. London: London School of Economics.

- Livingstone, S., Ólafsson, K., & Staksrud, E. (2011b). *Social networking, age and privacy*. EU Kids Online: London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Murru, M. F. (2011). Social networking among European children: New findings on privacy, identity and connection. In D. Wolton (Ed.), *Identité(s) Numérique(s)*. Paris: Les Essentiels d'Hermès.
- Livingstone, S., Haddon, L., Vincent, J., Mascheroni, G. and Ólafsson, K. (2014). *Net Children Go Mobile: The UK Report*. London: London School of Economics and Political Science.
- Pasquier, D. (2008). From Parental Control to Peer Pressure: Cultural Transmission and Conformism. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture* (pp. 448–459). London: SAGE Publications Ltd. <http://doi.org/10.4135/9781848608436.n27>
- Rashtian, H., Boshmaf, Y., Jaferian, P., & Beznosov, K. (2014). *To Befriend Or Not? A Model of Friend Request Acceptance on Facebook* (pp. 285–300). Presented at the Tenth Symposium On Usable Privacy and Security, July, 9-11, Menlo Park, CA.
- Velicu, A. (2009). « De la communication par chat. Entre compétences techniques et compétences relationnelles. Etude de cas sur les adolescents de Roumanie », in Beciu, C., Drăgan, I., Popescu-Jourdy, D. & Riondet, O. (eds.) *Cultures et communication. Regards croisés sur les pratiques*, Bucharest: comunicare.ro (pp. 225-240).
- Wang, S. S., Moon, S.-I., Kwon, K. H., Evans, C. A., & Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 226–234. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.001>

Autodezvăluire și validare online - practici de prietenie. Diferențe de gen și vârstă

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge & Kegan Paul
- Kramer, N. C. & Haferkamp, N. (2011) Online Self-Presentation: Balancing Privacy Concerns and Impression Construction on Social Networking Sites. In Trepte, S., & Reinecke, L. (Eds.). *Privacy Online*. Springer Science & Business Media. pp. 127-142.
- Pasquier, D. (2008). From Parental Control to Peer Pressure: Cultural Transmission and Conformism. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture* (pp. 448–459). London: SAGE Publications Ltd. <http://doi.org/10.4135/9781848608436.n27>

- Taddicken M, & Jers C. (2011). The uses of privacy online: Trading a loss of privacy for social web gratifications? In Trepte S, Reinecke L, (eds.) *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. London: Springer, pp. 143-156.
- Valkenburg PM, & Peter J. (2008). Adolescents' identity experiments on the internet: Consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research*, 35: 208-231.
- Vygotsky, L. S. (1980). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard university press.

Imaginea corporală a adolescenților și importanța legăturilor de prietenie online

- Cafri, G., Thompson, J. K., Ricciardelli, L., McCabe, M., Smolak, L., & Yesalis, C. (2005). Pursuit of the muscular ideal: Physical and psychological consequences and putative risk factors. *Clinical psychology review*, 25(2), 215-239.
- Carey, R.N., Donaghue, N., & Broderick, P. (2014). Body image concern among Australian adolescent girls: The role of body comparisons with models and peers. *Body Image*, 11(1): 81-84. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.09.006>.
- Cusumano, D. L., & Thompson, J. K. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: Exposure, awareness and internalization. *Sex Roles*, 37, 701–721.
- Cooley, E., & Toray, T. (2001). Body image and personality predictors of eating disorder symptoms during the college years. *International Journal of Eating Disorders*, 3: 28–36.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L.R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13: 38-45, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>.
- Gondoli, D.M., Corning, A.F., Blodgett Salafia, E.H., Bucchianeri, M.M., Fitzsimmons, E.E. (2011). Heterosocial involvement, peer pressure for thinness, and body dissatisfaction among young adolescent girls. *Body Image*, 8(2): 143-148. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.12.005>.
- Kostanski, M., & Gullone, E. (1999). Dieting and body image in the child's world: Conceptualization and behavior. *Journal of Genetic Psychology*, 16: 488–499.
- Mendelson B.K., Mendelson, M.J. & White, D.R. (2001). Body Esteem scale for adolescents and adults. *Journal of Personality Assessment*, 76(1), 90-106.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 2: 181-215.

- Ricciardelli, L.A. (2012). Body image development – adolescent boys. In Thomas F. Cash (Ed.). *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, (pp. 180–186). Elsevier.
- Ricciardelli, L.A., & McCabe, M. P. (2004). A biopsychosocial model of disordered eating and the pursuit of muscularity in adolescent boys. *Psychological bulletin*, *130*(2), 179.
- Rodin, J., Silberstein, L., & Striegel-Moore, R. (1984). Women and weight: A normative discontent. *Nebraska Symposium on Motivation*, *32*, 267–307.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *46*: 630–634. <http://dx.doi.org/10.1002/eat.22141>.
- Thøgersen-Ntoumani, C., YauYin Ng, J., Ntoumanis, N., Chatzisarantis, N., Vlachopoulos, S., Katartzi, E.S., & Nikitaras, N. (2016). ‘Mum’s the word’: Predictors and outcomes of weight concerns in pre-adolescent and early adolescent girls. *Body Image*, *16*: 107-112. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.12.004>

Situațiile de abuz al informațiilor personale (AIP) online

- boyd, d. (2014). *It’s complicated: The social lives of networked teens*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Foucault, M. (1990). *The History of Sexuality, Volume I: An Introduction*. New York: Vintage.
- Ladd, G.W., Kochenderfer, B.J., & Coleman, C.C. (1996). Friendship quality as a predictor of young children’s early school adjustment. *Child development* *67*(3): 1103-1118.
- Grotper, J. K., & Crick, N. R. (1996). Relational aggression, overt aggression, and friendship. *Child Development*, *62*: 2328-2338.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: the UK report*. LSE, London: EU Kids Online.
- Myers, C.A. (2014). Bullying as abuse. In W. Taylor (Ed.), *Youth Justice Handbook: Theory, Policy and Practice* (pp. 50-60). Cullompton: Willan Publishing.
- Smahel, D. & Wright, M. F. (2014). *The meaning of online problematic situations for children: results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries*. EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, London, UK.
- Ponte, C., Bowens, J., & Mascheroni, G. (2009). Children and the internet in the news: Agency, voices and agendas. In S. Livingstone and L. Haddon (Eds.), *Kids Online* (pp. 159-172). Bristol: Policy Press.

- Velicu, A., Mascheroni, G., & Ólafsson, K. (2014). *Riscuri și oportunități în folosirea internetului mobil de către copiii din România. Raportul proiectului Net Children Go Mobile*. București: Ars Docendi.
- Warden, D., & McKinnon, S. (2003). Prosocial children, bullies and victims: An investigation of their sociometric status, empathy and social problem-solving strategies. *British Journal of Developmental Psychology*, 21(3): 367–385.
- Women's Network PEI (2014). *Taking Stock of Cyberbullying: A Scan of the PEI Context*. PEI Department of Environment, Labour & Justice, funded by Justice Canada, Youth Justice Fund. Available from: http://www.gov.pe.ca/photos/original/ELJ_CyberBully.pdf.

Studiu de caz: sexting-ul și percepția tinerilor asupra lui

Beyth-Marom, R., Austin, L., Fischhoff, B., Palmgren, C., & Jacobs-Quadrel, M. (1993). Perceived consequences of risky behaviors: Adults and adolescents. *Developmental Psychology*, 29, 549–563.

Borg, M. G. (1998). The Emotional Reactions of School Bullies and their Victims. *Educational Psychology*, 18(4), 433–444. <http://doi.org/10.1080/0144341980180405>

Döring, N. (2014). Consensual sexting among adolescents: Risk prevention through abstinence education or safer sexting? *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(1), 1–15. <http://doi.org/10.5817/CP2014-1-9>

Gullone, E., & Moore, S. (2000). Adolescent risk-taking and the five-factor model of personality. *Journal of Adolescence*, 23, 393–407.

Mascheroni, G. & Ólafsson, K. (2014). *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Milano: Educatt.