

Dezvăluirea sinelui în mediul virtual. O analiză de conținut a profilului de Facebook al tinerilor din România

Corina Moruțan*

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca

Abstract: *In the past few years, social scientists were talking more and more of an uncontrolled exposure of young people in the virtual environment. The fast development of social networking sites and of instant messaging services had radically changed the way we interact, communicate and socialize. If before you needed time to get to know someone better, to get close to someone, to make new friends, to meet other people who share your interests and beliefs, now everything seems to be just one click away. An environment where there are no socio-cultural and spatial-temporal barriers, like the virtual environment, is an environment that encourages disinhibition and self-disclosure in social relationships. Therefore, we could say that the Internet is offering us an ideal environment for fast self-disclosure. In this context, the present paper proposes to explore the theme of privacy in the virtual environment, its purpose being to identify the type of personal information which young people easily disclose online. Therefore, the present study presents a content analysis of 106 Facebook profiles, based upon a classification scheme for the information provided online. In the end, the study demonstrates that the focus of social researchers should be on the content of the information and not on the amount of information disclosed online. The study offers an overview of what young people are willing to reveal in the virtual environment and represents a first step in the research of this complex phenomenon and its social implications.*

Keywords: self-disclosure; Facebook; privacy; information; social interactions.

Cuvinte-cheie: dezvăluirea sinelui; Facebook; intimitate; informații; interacțiuni sociale.

Introducere

Expansiunea rapidă a rețelelor de socializare online a redefinit comunicarea interpersonală și relațiile sociale, stârnind astfel interesul cercetătorilor asupra modului în care individul se prezintă în mediul virtual. Este deja un lucru demonstrat faptul că dezvoltarea accelerată a acestor noi mijloace de comunicare a schimbat radical modul în care interacționăm, comunicăm, socializăm. Dacă înainte de apariția rețelelor de socializare online aveai nevoie de timp să cunoști pe cineva mai bine, să te apropii de cineva, să îți faci prieteni noi, să cunoști alți oameni care să-ți împărtășească interesele sau opiniile, acum totul pare a fi la doar un click distanță. Atunci

când vorbim despre mediul virtual, putem vorbi despre efectul de dezinhibare online, întrucât un mediu în care nu există bariere socio-culturale și spațial-temporale este un mediu propice dezinhibării în relațiile sociale și dezvăluirii sinelui. Internetul oferă astfel un cadru ideal de dezvăluire a sinelui, într-un mod controlat și accelerat. În ultima decadă, tema dezvăluirii sinelui în mediul virtual a captat atenția cercetătorilor din domeniul științelor sociale. Există deja o serie de studii care tratează diverse aspecte ale prezentării sinelui în mediul virtual, analizând izolat anumite particularități ale acestui proces. Unele cercetări s-au concentrat exclusiv asupra modului în care individul se prezintă în cadrul diverselor rețele de socializare online, în vreme

* Școala Doctorală de Sociologie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca. E-mail: corina.morutan@yahoo.com.

ce altele s-au concentrat asupra problemelor de confidențialitate pe care le ridică utilizarea acestor rețele. Specialiștii în domeniu semnalează faptul că dezvăluirea sinelui, în contextul interacțiunilor din mediul virtual, nu mai este în prezent un proces gradual, iar teoria penetrării sociale (Altman și Taylor, 1973), conform căreia ne dezvăluim treptat în fața celorlalți, pare să se aplice din ce în ce mai puțin în cazul interacțiunilor online. În consecință, atenția cercetătorilor s-a îndreptat și asupra problematicii protecției intimității în mediul virtual.

Literatura de specialitate atestă faptul că, în societatea curentă, conceptul de intimitate nu mai păstrează aceleași valențe de acum 10-20 de ani, iar căutarea unei definiții simple a intimității ar fi un pas greșit, căci intimitatea va rămâne extrem de sensibilă la schimbările sociale. Progresul tehnologic impune în mod categoric o reconsiderare a definițiilor tradiționale atribuite intimității. *Ce înseamnă de fapt mediul virtual pentru generația actuală? Sunt rețelele de socializare online într-adevăr un mijloc real de a crea noi relații sociale veridice, de a lega prietenii? Ce fel de informații dezvăluie tinerii online? Unde se află individul la intersecția dintre mediul virtual și viața reală?* Toate acestea sunt întrebări la care literatura de specialitate nu a oferit încă un răspuns clar. În condițiile în care mediul online constituie în prezent o componentă viabilă a vieții sociale a generației actuale, consider esențială explorarea procesului de dezvăluire a sinelui în cadrul rețelelor de socializare online. Internetul ne-a oferit practic mijloacele de construcție ale unui *alter ego*, unul virtual, una dintre multiplele modalități prin care ne prezentăm în societate. Sinele nostru virtual a devenit o alungire a sinelui real, ca o continuare firească, o transpunere a vieții noastre sociale în mediul virtual. Iar adesea contextele offline și online se intersectează în viața reală. De vreme ce se vorbește din ce în ce mai mult despre o expunere fără precedent a tinerilor în mediul virtual, consider că un prim pas în studierea acestei teme ar trebui să îl reprezinte analiza tipului de informații pe care tinerii le dezvăluie online. În acest context, lucrarea de față și-a propus să cerceteze *ce anume*

și cât anume din intimitatea lor dezvăluie tinerii în cadrul interacțiunilor sociale online. Așadar, studiul prezintă mai întâi o abordare teoretică a conceptului de „*self-disclosure*” în mediul virtual, prin revizuirea literaturii de specialitate. Ulterior este prezentată cercetarea propriu-zisă care constă într-o *analiză de conținut a profilului de Facebook al tinerilor din România*, analiză pentru care am construit o schemă de clasificare a informațiilor furnizate online. În ultima secțiune a lucrării sunt prezentate în detaliu rezultatele obținute prin intermediul analizei de conținut și posibilele direcții următoare de cercetare.

Dezvăluirea sinelui în mediul virtual. O abordare teoretică

Există astăzi, în rândul specialiștilor, un larg consens asupra faptului că progresul în domeniul tehnologiilor informațiilor și comunicațiilor se reflectă cu precădere în structura societății umane, întrucât „*relația dintre tehnologie și societate nu este niciodată unidirecțională*” (DiMaggio et al., 2001, 327). Noua eră informațională nu numai că a deschis noi canale de comunicare între oameni, ci a avut și are în continuare un mare impact asupra modului în care trăim, învățăm, muncim, consumăm, socializăm și ne distrăm. De departe, cel mai fascinant aspect al noii ere informaționale îl reprezintă libertatea pe care internetul o oferă indivizilor: libertatea cunoașterii, a informațiilor, a schimbului de opinii și nu numai. Așa cum numeroase studii au demonstrat deja, „*internetul a schimbat în mod profund experiența umană*” (Correa, Willard Hinsley și de Zúñiga, 2010, 247). În zilele noastre, folosim internetul pentru a afla informații, pentru a furniza informații, pentru a cumpăra sau vinde produse, pentru a socializa, pentru a ne exprima, pentru a fi la curent cu ultimele evenimente și în multe alte scopuri. Putem spune așadar că internetul a devenit, fără doar și poate, parte integrantă a vieții noastre. Observând motivațiile care stau la baza utilizării internetului, acestea pot fi clasificate cu ușurință în trei mari categorii: socială, comercială și informațională. Dintre aceste trei direcții majore de utilizare a interne-

tului, componenta socială pare a avea cea mai mare însemnătate pentru studiile de specialitate. Asistăm practic la o transpunere fără echivoc a vieții noastre sociale în mediul virtual. Consecințele sociale ale intruziunii masive a mijloacelor moderne de comunicare în viața individului se raportează în mod direct la modul de utilizare a noilor tehnologii. Dacă la început internetul era foarte apreciat pentru anonimitatea oferită, în ziua de azi este sesizabilă o tendință a oamenilor de a folosi cu precădere internetul pentru a socializa cu persoane cunoscute și pentru a-și extinde cercul de cunoștințe (Correa, Willard Hinsley și de Zúñiga, 2010, 247). Principalele instrumente care permit acest lucru sunt rețelele de socializare online și serviciile de mesagerie instant.

Internetul a devenit așadar unul dintre cele mai pregnante mijloace de comunicare utilizate în prezent, generând un nou tip de comunicare – comunicare mediată tehnologic („*computer-mediated-communication*”). Comunicarea mediată tehnologic se referă în principal la calitatea individului de a comunica în mediul virtual, respectiv de a trăi într-o societate virtuală prin intermediul noilor tehnologii. În acest context, se impune o evidențiere a diferențelor existente între comunicarea față-în-față și comunicarea mediată tehnologic. Erving Goffman, unul dintre cei mai mari teoreticieni ai interacțiunii sociale, expune în lucrarea sa *Viața cotidiană ca spectacol* (1959/2003, 29) unul dintre principiile de bază ale interacțiunii față-în-față: „*când un individ se află în prezența altora, aceștia încearcă în general să obțină informații despre el sau să scoată la lumină informații pe care deja le dețin*”. Același principiu al schimbului de informații ca modalitate de interacțiune și cunoaștere reciprocă, pare să se aplice și în mediul virtual. Lucrările științifice care au abordat problema comunicării mediate tehnologic au demonstrat că principiile de bază ale interacțiunii față-în-față se aplică în mare parte și în cazul interacțiunii ce are loc în mediul virtual. Mă întreb însă dacă specificul informațiilor personale împărtășite în interacțiunile față-în-față este același cu specificul informațiilor prezentate în comunicarea me-

diată tehnologic?! Conform teoriei penetrării sociale (Altman și Taylor, 1973), oamenii se simt mai apropiați de partenerii lor pe măsură ce dezvăluie informații mai intime și mai personale despre ei și se așteaptă ca partenerii lor să procedeze la fel. În fazele incipiente ale interacțiunii față-în-față, indivizii fac schimb de informații impersonale, iar ulterior, în timp, se deschid și împărtășesc informații mai personale. Rămâne de văzut însă dacă această teorie se aplică și în cazul interacțiunii din mediul virtual. Raportându-se la progresul tehnologic și la noile forme de comunicare generate de acesta, principala îngrijorare a cercetătorilor este legată de confidențialitatea din mediul virtual. Alain Westin definește confidențialitatea, dintr-o perspectivă pur informațională, ca fiind „*dreptul individului, al grupului sau al instituției de a alege cum, unde și către cine vor fi furnizate sau comunicate informații cu caracter personal*” (Westin, 1967, 7). Această definiție a fost ulterior preluată în numeroase studii care au tratat problema confidențialității în mediul virtual. Confidențialitatea este importantă pentru că îi garantează individului controlul asupra informațiilor personale, ceea ce îi permite acestuia să mențină diferite nivele ale intimității. Tot Westin (2003) face diferențierea între cele trei nivele majore la care se raportează conceptul de confidențialitate: *nivelul politic* (evidențiind faptul că societățile democratice valorizează și instituționalizează confidențialitatea), *nivelul socio-cultural* (susținând faptul că în acest context, confidențialitatea este adesea determinată de puterea și statutul social al individului) și *nivelul individual* (în care individul caută să echilibreze balanța între intimitate și nevoia de expunere și comunicare). William Parent (1983, 1292) definește confidențialitatea în termeni de control asupra informațiilor personale și se raportează la aceasta ca fiind „*o valoare morală a oamenilor care prețuiesc individualitatea și libertatea și nu un drept moral sau legal*”. În același timp, există și alți teoreticieni care consideră că o atenție mai mare ar trebui acordată importanței sociale a confidențialității, ca „*valoare comună, publică și colectivă*” (Regan, 1995, 12), mai ales în contextul actual al

dezvoltării tehnologice, care impune implementarea unor nivele minime de protecție a intimității. Este bine știut faptul că valorile pe care ni le creăm ne influențează adoptarea acelor atitudini și comportamente care ne duc spre ceea ce ne dorim. Iar în ceea ce privește valoarea confidențialității, trebuie să ne întrebăm dacă în contextul „digitalizării” vieții noastre sociale, intimitatea reprezintă o valoare pentru toți indivizii, sau valoarea acesteia este determinată de diferențele psihosociale?! Intimitatea individului este fără îndoială într-o continuă dependență de controlul său față de informațiile personale. Capacitatea sa de a controla informația personală înseamnă puterea de a decide asupra vieții sale. Dacă o persoană deține controlul asupra informațiilor despre sine, putem denumi acest fapt un drept al propriei intimități. În aceste condiții, ne întrebăm care este motivul pentru care împărtășim cu ceilalți, mai mult sau mai puțin cunoscuți, intimitatea noastră? Ce anume ne determină să nu avem restricții în ceea ce privește dezvoltarea vieții noastre private în mediul virtual? Este într-adevăr pentru noi dreptul la viață particulară o valoare fundamentală?

Există o varietate de practici distincte în mediul virtual, în cadrul cărora sunt dezvoltate informații personale, atât în mod pasiv cât și activ, iar acestea „*permit configurații diferite ale alegerii, controlului și posibilelor consecințe pentru utilizatori*” (Bryce și Klang, 2009, 160). Indiferent de modul în care alegem să abordăm și să conceptualizăm noțiunea de intimitate, cert este faptul că intimitatea ne dă acea libertate de a ne defini propriile relații cu ceilalți și de a ne defini pe noi înșine. Analizând dimensiunile filozofice ale confidențialității, Schoeman (1984) susține că aceasta, ca mijloc de control al informațiilor intime despre noi înșine, are numeroase beneficii, nu numai pentru relațiile cu ceilalți, ci și pentru dezvoltarea propriei personalități și a sinelui. Literatura de specialitate atestă faptul că există o strânsă legătură între intimitate și formarea identității, prin prisma procesului de dezvoltare a sinelui. Conceptul de „*sine*” se referă în principal la „*imaginea pe care o avem despre propria persoană*” (Iluț, 2001, 11). Teoreticienii

interacționismului simbolic susțin că sinele și mediul social sunt interdependente, se definesc unul pe altul, „*își dau contur unul altuia prin intermediul comunicării simbolice*” (Dobrescu și Bârgăoanu, 2003, 55). Conform teoriei lui Mead, sinele se formează în cadrul unui proces social de interacțiune cu ceilalți (Dobrescu și Bârgăoanu, 2003, 63). Drept urmare, putem afirma că procesele de prezentare și dezvoltare a sinelui sunt aspecte importante ale dezvoltării relaționale. În încercarea de a reda mecanismele de prezentare ale sinelui, Goffman (1959, 4) explică modurile în care un individ se implică în activități strategice „*pentru a lăsa altora o impresie care îi servește propriului interes*”. Strategiile de prezentare a sinelui sunt cu precădere importante în faza incipientă a relației, de vreme ce alții (ceilalți) vor folosi aceste informații pentru a decide dacă se angajează sau nu în respectiva relație (Derlega et al., 1987). Intimitatea în relații este legată de sentimentul de a fi înțeles de către partener și se dezvoltă printr-un proces dinamic în cadrul căruia individul dezvoltă altora informații personale, gânduri și sentimente, proces definit în literatura de specialitate ca dezvoltarea sinelui (*self-disclosure*) – (Derlega et al., 1993). Așadar, dorința de apropiere față de ceilalți, dorința de a ne simți înțeleși de partenerii de interacțiune va încuraja o dezvoltare a sinelui onestă și deschisă. În luarea deciziilor despre ce anume și când anume dezvoltăm, indivizii se străduie adesea să împace nevoi contradictorii, precum nevoia de comunicare, de relaționare, de deschidere pe de o parte și nevoia de independență, de libertate pe de altă parte. În noua eră informațională, internetul pune la dispoziția individului nenumărate mijloace de comunicare tehnologice, care contribuie la crearea unei realități sociale ușor distincte, ce se desfășoară în mediul virtual. În acest context, putem afirma cu ușurință că internetul oferă multiple și variate posibilități pentru o altă dimensiune a sinelui nostru – dezvoltarea sinelui, proces care în relațiile față-în-față poate întâmpina unele rețineri. Am putea spune că, un mediu în care nu există bariere socio-culturale și spațial-temporale, precum mediul virtual, este un mediu care permite

dezinhibarea în relațiile sociale și încurajează într-o și mai mare măsură dezvăluirea sinelui. Internetul oferă astfel un cadru ideal de dezvoltare a sinelui, într-un mod accelerat, în care cei care interacționează ar putea încălca una dintre regulile fundamentale ale dezvoltării sinelui și anume cea care spune că acesta este un proces gradual (Yum și Hara, 2006). În timp ce procesul de dezvoltare a sinelui a constituit multă vreme un element central al cercetărilor din sfera comunicării, acesta a devenit recent unul dintre cele mai controversate și criticate comportamente în comunicarea mediată tehnologic. În acest sens, există numeroase studii care au abordat, în mod diferit, subiectul dezvoltării sinelui în comunicarea mediată tehnologic. Pentru crearea unei viziuni de ansamblu asupra a ceea ce s-a cercetat până acum pe această temă, voi prezenta în cele ce urmează, în mod sintetic, o parte dintre aceste studii și cele mai concludente rezultate ale acestora. Printre primele cercetări întreprinse în acest domeniu, se înscrie lucrarea lui Adam Joinson (2001) asupra dezvoltării sinelui online. Acesta abordează problematica dezvoltării sinelui, comparând în cadrul a trei studii distincte nivelul de dezvoltare a sinelui din interacțiunile față-în-față cu cel din comunicarea mediată tehnologic. Joinson pornește de la premisa că indivizii au tendința să dezvăluie mai ușor informații personale în mediul virtual, iar rezultatele celor trei studii confirmă acest lucru. Un alt studiu, elaborat în anul 2006 (Yum și Hara, 2006), surprinde rolul expunerii sinelui în dezvoltarea relațiilor pe internet, în trei culturi diferite: americană, japoneză și coreeană. Aceștia au explorat legătura dintre dezvoltarea sinelui (concentrându-se asupra profunzimii și tipului de informații împărtășite) și calitatea relațiilor dezvoltate. Autorii au introdus în studiul lor și teoria penetrării sociale (Altman și Taylor, 1973), concluzionând mai apoi că multe dintre principiile comunicării față-în-față se aplică și în cazul comunicării mediate tehnologic. O altă cercetare (Joinson et al., 2008) pornește de la premisa că gradul mai mare al expunerii sinelui în mediul virtual se datorează vulnerabilității reduse (asigurată de presupusa anonimitate a comunicării mediate tehnolo-

gic). În același timp, lucrarea oferă o foarte utilă divizare a dezvoltării sinelui, în baza a trei componente principale: cantitatea informațiilor împărtășite, profunzimea lor și durata de expunere a acestora. În plus, autorii testează două modalități de măsurare a gradului de dezvoltare a sinelui în mediul virtual. Qian și Scott (2007, 1429) au tratat problema anonimității și dezvoltării sinelui în sfera blogurilor. Cercetând relația causală dintre anonimitatea vizuală și discursivă și dezvoltarea sinelui, autorii concluzionează că doar anonimitatea discursivă (în care autorul blogului nu poate fi identificat) conduce la o mai mare dezvoltare a sinelui, în vreme ce anonimitatea vizuală (faptul că autorul blogului nu poate fi identificat vizual) nu influențează expunerea sinelui în sfera blogurilor. De asemenea, studiul evidențiază faptul că autorii blogurilor își pun adesea probleme legate de intimitate, situație în care autocenzura devine o normă de bază a acestora. Frye și Dornisch (2010) explorează rolul intimității percepute a instrumentelor comunicării în dezvoltarea sinelui. Studiul demonstrează faptul că siguranța mijloacelor de comunicare, experiența în utilizarea acestora și încrederea, ca trăsătură de caracter, se corelează cu nivelul de confort în dezvoltarea informațiilor personale și intimitatea subiectului abordat. Attrill și Jalil (2011, 1) pornesc de la presupunerea că de vreme ce dezvoltarea sinelui (definit aici ca „*dezvăluirea informațiilor personale unei alte persoane*”) este o componentă importantă a formării relațiilor, iar relațiile se formează din ce în ce mai frecvent în mediul virtual, se impune în mod categoric studierea dezvoltării sinelui online. Articolul abordează dezvoltarea sinelui online în comparație cu mediul offline și ajunge la concluzia că nu cantitatea sau ritmul informației primează aici, ci conținutul acesteia. Se preconizează că într-adevăr dezvoltarea sinelui se produce mai repede și într-o mai mare măsură online, însă doar atunci când e vorba de informații superficiale. Totodată, studiul evidențiază câteva dintre beneficiile dezvoltării sinelui în mediul virtual, printre care se numără dezvoltarea și menținerea relațiilor offline și satisfacerea nevoilor sociale ale individului de apartenență la grup. În conclu-

zie, toate aceste studii demonstrează, sub diverse forme, faptul că indivizii care interacționează în mediul virtual, experimentează aceleași presiuni și dorințe precum cei ce interacționează față-în-față, dar au un mai mare control asupra modalității de prezentare a sinelui, ceea ce le permite indivizilor să gestioneze mai strategic interacțiunile lor online. Grație caracteristicilor comunicării mediate tehnologic, prezentarea sinelui în mediul virtual este mai maleabilă și permite autocenzura, spre deosebire de prezentarea sinelui față-în-față (Walther, 1996). Utilizând terminologia lui Goffman (1959), putem spune că în interacțiunile ce se desfășoară în mediul online, mai multe expresii ale sinelui sunt mai degrabă „date”, decât „lăsate”. Controlul mai mare asupra prezentării sinelui nu duce neapărat la o reprezentare eronată a acestuia în mediul online. Datorită anonimității vizuale, prezentă în comunicarea mediată tehnologic (Joinson, 2001), în anumite condiții, mediul virtual poate permite participanților să se exprime mai deschis și onest, decât în contextele față-în-față și să prezinte mai bine aspecte ale sinelui lor real. Instrumentele de comunicare, caracteristice noii ere informaționale, au permis replicarea rețelelor sociale în mediul virtual, prin intermediul rețelelor de socializare online. Un studiu recent asupra mecanismelor de funcționare ale rețelelor de socializare online susține că o parte semnificativă a activității desfășurate în cadrul acestor rețele poate fi conceptualizată sub forma prezentării sinelui, în concordanță cu premisele teoriei lui Goffman (1959). „*Utilizatorii se angajează în procesul de management al impresiilor prin ajustarea profilelor lor, luând legătura cu prietenii lor, arătând ceea ce le place și ceea ce nu le place, alăturându-se unor grupuri etc.*” (Tufekci, 2008, 547). Același autor subliniază faptul că elementul central al acestor rețele de socializare online îl reprezintă „profilul”, care pentru utilizatori se constituie într-o „*reprezentare a sinelui și adesea, a propriilor rețele sociale, cu intenția de a vedea și de a fi văzuți, de a contacta alte persoane sau de a fi contactați de către ceilalți*” (Gross, 2005 apud Tufekci, 2008, 547). În esență, rețelele de socializare online sunt

„*despre recunoașterea reciprocă, verificarea statusului și confirmarea relațiilor sociale*” (Boyd, 2006, 11). O lucrare interesantă asupra dezvoltării informațiilor cu caracter personal în mediul virtual este cea a lui Nosko, Wood și Molema (2010), care demonstrează că un număr impresionant de informații foarte personale, sensibile și posibil stigmatizante sunt împărtășite în cadrul rețelelor de socializare online (în cazul de față – Facebook). De asemenea, studiul plasează vârsta ca potențial predictor al numărului de informații dezvoltate, susținând faptul că pe măsură ce vârsta crește, informațiile personale împărtășite în mediul virtual sunt tot mai puține. Adesea, utilizatorii își dezvoltă pe rețelele de socializare identitatea reală, ceea ce îi face în mod automat vulnerabili. Odată ce aceste date sunt făcute publice, individul ar putea pierde controlul asupra lor. Într-o analiză a practicilor de dezvoltare a informațiilor personale în mediul virtual, Bryce și Klang (2009, 162) le categorizează astfel: *practici pasive* (de exemplu, postări pe paginile de profil din cadrul rețelelor de socializare, pe bloguri, comentarii etc.) sau *interactive* (prin interacțiunea cu ceilalți prin intermediul rețelelor de socializare, e-mail etc.). Literatura de specialitate din această arie nu face altceva decât să accentueze și mai mult natura complexă a acestui subiect și multitudinea de aspecte care trebuie luate în considerare în abordarea acestuia.

Metodologia cercetării

Scopul cercetării. Întrebări de cercetare

Prezenta cercetare este una de tip descriptiv, urmărind caracterizarea cantitativă a unor tendințe generale ale atitudinii și comportamentelor tinerilor în mediul virtual. **Scopul acesteia este acela de a arăta ce anume și cât anume din intimitatea lor împărtășesc tinerii în mediul virtual.** Pentru a realiza acest lucru, urmăresc să surprind următoarele aspecte ale dezvoltării sinelui în mediul virtual: *cantitatea și profunzimea informațiilor împărtășite în mediul virtual.* Drept

urmăre, *întrebările de cercetare* care folosesc atingerii obiectivelor acestui studiu sunt: *Întrebarea de cercetare nr. 1: Ce informații dezvăluie tinerii în cadrul rețelelor de socializare online? Întrebarea de cercetare nr. 2: Care este nivelul de intimitate al informațiilor dezvăluite de tineri online?*

Definirea și operaționalizarea conceptelor

Prezenta cercetare utilizează o serie de concepte, concepte care au fost în mare parte prezentate în capitolul anterior, destinat cadrului teoretic. O succintă operaționalizarea a acestora ne ajută la stabilirea parametrilor cercetării. Drept urmare, conceptele utilizate în studiul de față vor fi definite în baza teoriei specifice domeniului studiat și operaționalizate conform sensului atribuit în cercetarea prezentă. Unul dintre conceptele centrale ale lucrării de față este cel de *intimitate*. Studiul de față folosește acest concept, în conformitate cu definiția dată de Westin, ca fiind „*dreptul individului, al grupului sau al instituției de a alege cum, unde și către cine vor fi furnizate sau comunicate informații cu caracter personal*” (Westin, 1967, 7). Un alt concept central al acestei cercetări este acela de *mediu virtual*. Prin mediu virtual înțelegem aici acel spațiu creat de internet, acea rețea de rețele electronice interconectate, care oferă utilizatorilor posibilități de navigare și interacțiune reciprocă. În ultimă instanță, este utilizat și conceptul de *rețele de socializare online*.

Acest termen face referire la acele rețele electronice care fac posibilă interacțiunea socială în mediul virtual, permițând indivizilor să se prezinte, să formeze și să consolideze relații sociale și să stabilească sau să mențină legătura cu ceilalți.

Metoda de cercetare utilizată

Analiza de conținut „*este o metodă ce se referă la analiza cantitativă a documentelor ce conțin informație complexă, cu valoare comunicatională ridicată*” (Iluț, 1997, 135). În cazul

de față, pentru a identifica tipurile de informații dezvăluite cu ușurință de tineri în mediul virtual voi utiliza analiza de conținut ca metodă de cercetare, iar unitatea de analiză selectată aici este profilul utilizatorilor rețelei de socializare Facebook, întrucât acesta conține numeroase informații valoroase, care cel mai probabil nu ar putea fi obținute prin intermediul altor metode de cercetare.

Instrumentul cercetării. Grila analizei de conținut

Pentru a răspunde la cele două întrebări de cercetare am optat pentru efectuarea unei analize de conținut a informațiilor împărtășite de tineri în cadrul uneia dintre cele mai populare rețele de socializare. Drept urmare, unitatea de analiză utilizată în cazul de față este profilul utilizatorilor rețelei de socializare online Facebook (www.facebook.com). Urmăresc așadar identificarea tipului de informații făcute publice de către tineri în mediul virtual. Structura profilului de utilizator Facebook permite o identificare și clasificare facilă a indicatorilor relevanți pentru prezenta analiză. Așadar, analiza de conținut are la bază *nouă categorii majore de informații*, furnizate în mod direct de către utilizatorii rețelei, pe pagina lor de profil. Prima categorie, *informații de bază*, cuprinde următorii indicatori: *oraș actual, oraș natal, genul, data nașterii (zi, lună, an), interesat(ă) de (femei/bărbați), limbi cunoscute și rubrica despre mine*. Cea de-a doua categorie, cuprinde doar *poza de profil*. A treia categorie, „*persoane importante*”, cuprinde următoarele: *stare civilă/statutul relației, rude, prieteni*. În continuare, a patra categorie „*educație și serviciu*” folosește următorii indicatori: *loc de muncă, studii* (facultate, liceu etc.). Cea de-a cincea categorie, „*filozofie*”, conține următoarele tipuri de informații: *religie, orientare politică, persoane care te inspiră și citate favorite*. A șasea categorie e intitulată „*artă și distracție*” și are următoarele rubrici: *muzică, cărți, filme, televiziune și jocuri*. În a șaptea categorie, găsim informații referitoare la *sport – sporturi practicate, echipe preferate, sportivi preferați*. Cea de-a opta categorie folosește următorii indicatori:

activități și interese. Ultima categorie a acestei unități de analiză, „*date de contact*”, conține următoarele date: *adresă de e-mail, ID mesagerie instant, număr de telefon, adresă, localitate, cod poștal, cartier și pagină de internet.* În continuare voi explica în detaliu modul în care am codat și utilizat acești indicatori. Pentru a putea obține o imagine de ansamblu asupra cantității și profunzimii informațiilor împărtășite de tineri în cadrul rețelelor de socializare, am realizat o schemă de clasificare a informațiilor furnizate de utilizatorii Facebook pe pagina lor de profil, în funcție de nivelul de intimitate al acestora (*Anexa 1*). Astfel, am grupat informațiile în cinci categorii principale: *informații personale standard* (aceste informații am apreciat că prezintă un *nivel minim de intimitate*) – nume, gen, data nașterii, oraș actual și oraș natal; *informații personale facile* (aceste informații am apreciat că prezintă un *nivel redus de intimitate*) – limbi străine cunoscute, muzică, cărți, filme, programe TV, jocuri, persoane care te inspiră, citate favorite, sporturi practicate, echipe preferate, sportivi preferați; *informații personale detaliate* (aceste informații am apreciat că prezintă un *nivel mediu de intimitate*) – loc de muncă, educație, rude, prieteni, secțiunea „despre mine”; *informații personale sensibile* (aceste informații am apreciat că prezintă un *nivel de intimitate accentuat*) – activități, interese, religie, orientare politică, statutul relației, orientare sexuală și *informații personale specifice* (aceste informații am apreciat că prezintă un *nivel mare de intimitate*) – adresă de e-mail, id mesagerie instant, adresă de corespondență, număr de telefon și pagina de internet. Utilizarea acestei scheme în cadrul analizei de conținut permite structurarea informațiilor analizate și identificarea atât a acelor informații personale pe care tinerii le dezvăluie cu ușurință în mediul virtual, cât și a tipului de informații personale în privința cărora tinerii au rețineri să le împărtășească online.

Eșantionul cercetării

Pentru analiza gradului de expunere al informațiilor cu caracter personal în mediul virtual, am inclus în analiză 119 profiluri de utilizator

Facebook, cu vârste cuprinse între 18 și 30 de ani. În cazul de față, am utilizat *o metodă de eșantionare parțial dirijată, bazată pe accesibilitate.* Eșantionarea dirijată este acel procedeu al cărui scop este alcătuirea unui eșantion reprezentativ (ca și când ar fi fost selectat aleatoriu), prin includerea în mod conștient a unităților considerate reprezentative. În acest sens, profilurile incluse în analiză reprezintă integral lista personală de contacte din respectiva rețea de socializare. Dintre cele 119 profiluri de utilizator selectate inițial, au fost excluse din analiză 13, din următoarele considerente: două dintre acestea reprezintă profiluri impersonale, alte două sunt profiluri de trupe muzicale, iar restul de nouă profiluri aparțin unor utilizatori care au peste 30 de ani, neîncadrându-se astfel în grupul țintă al acestei cercetări. Într-un final au rămas *106 profiluri de utilizatori Facebook valide.* Drept urmare, 106 profiluri ale utilizatorilor Facebook fac obiectul analizei de conținut. Cu toate că subiecții se încadrează în tiparul populației studiate al acestei cercetări, acela de utilizator al rețelei de socializare Facebook, cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani, dimensiunea eșantionului este una redusă și nu permite extrapolarea rezultatelor la nivelul întregii populații studiate. Caracteristicile socio-demografice ale eșantionului vor fi prezentate în secțiunea destinată analizei datelor.

Analiza datelor și interpretarea rezultatelor

Pentru analiza celor *106 profiluri de utilizatori ai rețelei de socializare Facebook*, în primă fază am analizat un șablon al paginii de profil Facebook, pentru a identifica toate informațiile care pot fi furnizate în cadrul unui profil de utilizator. Ulterior, pentru a spori eficacitatea analizei de conținut, am realizat o schemă de clasificare a informațiilor furnizate de utilizatorii Facebook pe pagina lor de profil, în funcție de nivelul de intimitate al acestora (*Anexa 1*).

Astfel, informațiile au fost grupate în **cinci categorii principale:** *informații personale standard, informații personale facile, informații*

personale detaliate, informații personale sensibile și informații personale specifice. Mai apoi, am utilizat această schemă în cadrul analizei de conținut, pentru a structura informațiile analizate. În analiza datelor, am transpus indicatorii celor cinci categorii în **variabile dihotomice** („da”/”nu”), întrucât scopul acestei analize este de a identifica existența acelor informații pe pagina de profil. Acolo unde am considerat oportun, pe lângă variabilele dihotomice am construit și itemi cu distribuția răspunsurilor, care mă vor ajuta să evidențiez unele elemente importante ale analizei. Datele obținute în urma culegerii informațiilor de pe paginile de profil au fost supuse unei analize cantitative, în cadrul căreia atenția s-a focalizat pe studierea indicatorilor descriptivi. În cadrul analizei cantitative, ca metodă statistică s-a utilizat calculul de frecvență, pentru fiecare din indicatori, rezultatele acestor calcule fiind exprimate în procente. De asemenea, pentru fiecare item s-a calculat și o medie a răspunsurilor oferite. În continuare, voi prezenta rezultatele analizei de conținut, în concordanță cu schema utilizată în clasificare informațiilor existente pe paginile de profil incluse în analiză. Astfel, pentru fiecare dintre categorii voi prezenta procentele corespunzătoare fiecărui indicator, amintind faptul că acestea certifică strict existența respectivei informații pe pagina de profil a utilizatorilor sau absența acesteia.

Informații personale standard

Prima dimensiune a acestei analize de conținut înglobează informații personale pe care un utilizator Facebook trebuie să le furnizeze atunci când își creează un cont pe această rețea de socializare. Informațiile personale standard incluse aici sunt: numele, genul, data nașterii, orașul actual și orașul natal. În cazul de față, dintre cei 106 utilizatori Facebook incluși în analiza de conținut, 88% s-au înregistrat cu *numele real*, complet, în vreme ce doar 7% s-au înregistrat doar cu *prenumele*, iar restul de 5% s-au înregistrat folosind un *pseudonim*. În privința genului, toate profilurile incluse (100%) în analiză specifică *genul* utilizatorilor.

Cât despre distribuția utilizatorilor în funcție de gen, 40% dintre profilurile analizate aparțin unor persoane de gen *masculin*, iar restul de 60% sunt *femei*. De asemenea, toți utilizatorii (100%) au completat pe pagina lor de profil *data nașterii completă*. În ceea ce privește distribuția pe vârste a eșantionului investigat, *media de vârstă este 24 de ani*, iar segmentul de vârstă cel mai bine reprezentat aici sunt tinerii cu vârste cuprinse între 22 și 25 de ani (71% din eșantion). În continuare, 87% dintre utilizatori au indicat pe pagina lor de profil *orașul actual*. Informațiile culese arată că în privința distribuției geografice a respondenților incluși în analiză predomină orașele *Cluj-Napoca* (49%), *Bistrița* (18%) și *București* (6%). Restul localităților din care provin utilizatorii sunt *Baia-Mare*, *Beclean*, *Brașov*, *Craiova*, *Galați*, *Iași*, *Timișoara* etc. Putem spune așadar că distribuția geografică a eșantionului constituit este relativ variată. Cât despre orașul natal, 86% dintre utilizatori au completat această rubrică. Așa cum putem constata din cele prezentate mai sus, tinerii dezvăluie cu ușurință, informații personale standard. Analizând procentele indicatorilor expuși anterior, putem chiar afirma că pentru tinerii informații precum numele, genul, data nașterii, orașul actual sau orașul natal reprezintă *informații personale cu un nivel minim de intimitate*. Ceea ce găsim interesant aici este faptul că deși, în general, rețelele de socializare ar putea constitui un mediu propice de dezvăluire a sinelui în condiții de anonimitate, majoritatea tinerilor s-au înregistrat cu numele real¹, ceea ce indică faptul că aceștia își doresc să fie identificați, să fie văzuți, întărind astfel ceea ce și alte studii în domeniu au demonstrat (Tufekci, 2008).

Informații personale facile

În continuare, cea de-a doua dimensiune a prezentei analize de conținut cuprinde informații personale facile. Am inclus în această categorie următoarele informații: limbi străine cunoscute, muzica preferată, cărțile preferate, filmele preferate, programele TV preferate, jocuri preferate,

persoane care te inspiră, citate favorite, sporturi practicate, echipe favorite, sportivi favoriți.

Analiza datelor arată că doar 27% dintre utilizatori au menționat pe pagina de profil *limbile străine cunoscute*. Pe de altă parte în ceea ce privește *muzica favorită*, 90% dintre paginile de profil analizate includeau această informație. În același timp, 38% dintre utilizatori au specificat în cadrul profilului lor *cărțile preferate*, în vreme ce *filmele favorite și programele TV favorite* sunt informații pe care 67% dintre utilizatori le-au expus pe pagina lor de profil. Când despre *jocurile favorite*, doar 11% dintre paginile de profil analizate conțineau această informație. În ceea ce privește completarea rubricii alocate „*persoanelor care te inspiră*”, doar 4% dintre utilizatori au completat această rubrică, iar secțiunea destinată *citadelor favorite* a fost completată de către 25% dintre utilizatori. Referitor la activitățile sportive, 15% dintre utilizatori au indicat pe pagina lor de profil *sporturile practicate*, 12% *echipele favorite* și 10% *sportivii favoriți*. Din cele prezentate mai sus, reiese faptul că, așa cum era de așteptat, tinerii împărtășesc într-o foarte mare măsură, în mediul virtual, informații personale dezirabile din punct de vedere social. În acest sens, informații precum *preferințele artistice și preocupările socio-culturale* reprezintă pentru tineri *informații personale cu un nivel redus de intimitate*.

Informații personale detaliate

A treia dimensiune a acestei analize de conținut sintetizează informații personale detaliate. Drept urmare, în această categorie au fost incluse următoarele informații ale unui profil de utilizator Facebook: loc de muncă, educație, rude, prieteni și secțiunea „*despre mine*”. În acest sens, rezultatele analizei arată că 36% dintre utilizatorii incluși în analiză au menționat pe pagina lor de profil *un loc de muncă*². În ceea ce privește studiile, 82% și-au făcut public în cadrul profilului de Facebook *nivelul de educație*, mai mult de jumătate dintre utilizatori (58%) indicând *atât studiile universitare, cât și cele liceale*. În ceea ce privește relațiile sociale, 59% dintre utilizato-

rii incluși în analiză au indicat pe pagina lor de profil *persoane cu care se înrudesesc* și, respectiv, gradul de rudenie (părinți, frați, surori, verișori etc.). Iar în privința prietenilor, 98% *dintre utilizatori au lista prietenilor vizibilă*. Referitor la prieteni, *media* acestora pentru profilurile analizate este de 536, cu un *număr minim* de 71 *de prieteni* și un *maxim* de 4.695 *de prieteni*. La o analiză mai în detaliu, observăm că doar 4% dintre utilizatori au *mai puțin de 100 de prieteni* în cadrul respectivei rețele de socializare, în vreme ce 14% au *între 100 și 200 de prieteni*, 37% au *între 201 și 400 de prieteni*, 19% au *între 401 și 600 de prieteni*, 15% au *între 601 și 1.000 de prieteni* și 11% au *peste 1.000 de prieteni*. Dat fiind numărul mare de prieteni virtuali pe care utilizatorii îi au în cadrul rețelelor de socializare, concluzionăm că noțiunea de prieten, în mediul virtual, are o cu totul altă însemnătate față de cea din viața reală. Acest rezultat nu face altceva decât să evidențieze încă o dată nevoia de relaționare a indivizilor și ușurința cu care realizează acest lucru în mediul virtual. În ceea ce privește *secțiunea „despre mine”*, doar 30% dintre utilizatori au completat o descriere proprie pe pagina lor de profil. Se pare că și atunci când vine vorba de informații personale mai specifice, tinerii nu au în general rețineri în a face public pe internet locul lor de muncă, nivelul de educație sau membrii familiei.

Informații personale sensibile

Cea de-a patra dimensiune a analizei de conținut cuprinde informații personale sensibile, făcând aici referire la informațiile din cadrul următoarelor rubrici ale profilului de Facebook: activități, interese, religie, orientare politică, statutul relației și orientarea sexuală. Rubrica destinată *activităților curente* a fost completată de către 68% dintre utilizatori, în vreme ce secțiunea destinată *intereselor* era completată în 50% din cazuri. Trecând mai departe la religie, doar 27% dintre utilizatori au menționat pe pagina lor de profil *religia de care aparțin*, iar *orientarea politică* este o informație regăsită în 29% dintre profilurile analizate. În ceea ce privește *statutul*

relației, 60% dintre utilizatori au indicat pe Facebook dacă sunt într-o relație sau sunt singuri. În ultimă instanță, doar 15% dintre paginile de profil incluse în analiză specificau orientarea sexuală a utilizatorilor, 85% preferând să nu facă publică o astfel de informație. Raportându-ne la acest set de informații, constatăm că, dacă indivizii nu au rețineri în a dezvălui activitățile și interesele lor, sau chiar statutul relației, atunci când vine vorba de posibile informații stigmatizante, precum religia, orientare politică sau orientarea sexuală, tinerii sunt mai reticenți în împărtășirea acestui gen de informații în mediul virtual.

Informații personale specifice

În ultima categorie a prezentei analize, cea destinată informațiilor personale specifice, am inclus informațiile de contact: adresa de e-mail, ID mesagerie instant, numărul de telefon, adresa de corespondență și pagina de internet. În acest sens, rezultatele analizei arată că 91% dintre utilizatorii incluși în analiză și-au făcut publică pe pagina de profil *adresa de e-mail*. În continuare, doar 18% dintre utilizatori au menționat un *ID de mesagerie instant* pe pagina lor de profil, 8% au făcut public chiar și un *număr de telefon*, iar 3% au specificat în cadrul profilului lor *adresa de corespondență*. În cele din urmă, 17% au indicat și *o pagină personală de internet* pe profilul lor de Facebook (site, blog etc.). Din datele consemnate mai sus, reiese că tinerii își fac cu foarte mare ușurință publică adresa de e-mail, în schimb sunt mai reticenți în a dezvălui alte date de contact, precum ID de mesagerie instant, număr de telefon, adresa de corespondență sau o pagină personală de internet (în eventualitatea în care dețin una). Într-o ultimă etapă a analizei, am testat ***vizibilitatea profilurilor de Facebook***, incluse în analiză. În acest sens am descoperit că 65% dintre profilurile analizate sunt *integral vizibile tuturor*, 27% dintre profiluri sunt *parțial vizibile tuturor* și doar 8% dintre paginile de profil sunt restricționate, fiind *vizibile doar prietenilor*. Având cele 27% de profiluri parțial vizibile tuturor, am investigat în continuare

ce fel de informații au fost restricționate și am constatat că tinerii care și-au modificat setările de confidențialitate a paginii lor de profil, au restricționat în general adresa de e-mail, ID-ul de mesagerie instant, statutul relației, religia, orientarea politică și secțiunea „*despre mine*”. Am putea spune așadar că aceste informații sunt în viziunea tinerilor prea intime pentru a fi împărtășite cu toată lumea.

Acest item relevă faptul că există o oarecare rețineră în cazul unora dintre utilizatorii rețelelor de socializare online, de a face publice informații personale, însă dacă e să luăm în calcul numărul impresionant de prieteni virtuali (37% dintre utilizatori au între 201 și 400 de prieteni pe Facebook), putem spune că preocupările *vis-à-vis* de confidențialitate sunt oarecum superficiale.

Concluziile studiului

Analiza de conținut a profilurilor de utilizatori Facebook s-a dovedit a fi o metodă foarte utilă în procesul de identificare a tipului de informații pe care tinerii obișnuiesc să le împărtășească în mediul virtual. În acest sens, analiza datelor a reliefat faptul că, pentru tineri, informații personale precum numele, genul, data nașterii, orașul actual sau orașul natal nu reprezintă informații personale intime. În același timp, studiul arată că majoritatea tinerilor au furnizat date personale de identificare reale în cadrul paginii lor de profil, confirmând astfel tendința generală a tinerilor de a deveni cât mai vizibili online și de a se afirma în spațiul virtual. Așa cum era de așteptat, principalele informații dezvăluite de tineri în mediul virtual sunt acel tip de informații personale, dezirabile din punct de vedere social, precum preferințele artistice și preocupările socio-culturale. În ceea ce privește informațiile personale mai specifice, tinerii nu au în general rețineri nici în a face public pe internet locul lor de muncă, nivelul de educație sau membrii familiei. Interesant este și numărul impresionant de prieteni cu care împărtășesc aceste informații, majoritatea utilizatorilor având peste 200 de prieteni virtuali. Activitățile curente și interesele

intră și ele în categoria informațiilor pe care tinerii obișnuiesc să le împărtășească într-o foarte mare măsură în mediul virtual. Pe de altă parte însă, au fost identificate o serie de informații, posibil stigmatizante, pe care tinerii le dezvăluie într-o mai mică măsură în cadrul rețelelor de socializare. Printre acestea se numără religia, orientarea politică sau orientarea sexuală. În ceea ce privește datele de contact, surprinzător este numărul impresionant de tineri care își fac cu foarte mare ușurință publică adresa de e-mail. În schimb, în privința altor informații de contact, precum ID de mesagerie instant, număr de telefon, adresa de corespondență sau o pagină personală de internet, tinerii s-au dovedit a fi mai reticenti în a le face publice pe internet. Un alt aspect interesant este cel al restricționării anumitor informații personale, pentru a nu fi accesibile tuturor. În general, cei care au optat pentru această metodă de securitate, au restricționat adresa de e-mail, ID-ul de mesagerie instant, statutul relației, religia, orientarea politică și secțiunea „*despre mine*”. Putem concluziona astfel, că aceste informații sunt în viziunea tinerilor prea intime pentru a fi împărtășite cu toată lumea. Consider așadar că prezentul studiu a oferit un răspuns substanțial întrebării „*Ce anume și cât anume din intimitatea lor dezvăluie tinerii în cadrul rețelelor de socializare online?*”, făcând posibilă identificarea acelor aspecte ale intimi-

tății pe care tinerii le dezvăluie fără rețineri în mediul virtual și a acelor informații personale, care în opinia tinerilor sunt prea intime pentru a fi împărtășite online. În concluzie, studiul de față oferă o perspectivă de ansamblu asupra a ceea ce sunt dispuși tinerii să dezvăluie în mediul virtual și a limitelor pe care ei înșiși le trasează între viața reală și interacțiunile online. Consider că acesta este un prim pas important în abordarea temei prezentării sinelui în mediul virtual și identificarea particularităților acestui proces.

Limite metodologice

Principalele limite metodologice ale acestei cercetări sunt: metoda de eșantionare, parțial dirijată, utilizată în selectarea profilurilor incluse în analiza de conținut și dimensiunea eșantionului. Ținând cont de specificul rețelei de socializare Facebook și de amploarea acesteia (peste 1,3 miliarde de utilizatori în lumea întreagă³ și peste șapte milioane de utilizatori în România⁴), nu a fost posibilă aplicarea, în mod obiectiv, a unei metode de eșantionare aleatoare. Deși nu putem considera că eșantionul constituit aici este reprezentativ pentru tinerii utilizatori ai rețelei de socializare Facebook, dezvăluirea sinelui în mediul virtual este cu siguranță un subiect ofertant pentru cercetătorii sociali, care merită să fie explorat în cadrul unor cercetări de mare amploare.

Note

¹ Această apreciere a fost făcută în baza faptului că subiecții incluși în analiză fac parte din lista personală de prieteni virtuali.

² Acest procent nu indică neapărat o preocupare a subiecților *vis-à-vis* de păstrarea confidențialității

asupra locului de muncă, întrucât există posibilitatea ca unii dintre aceștia să nu dețină un loc de muncă.

³ <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>

⁴ <http://www.facebrands.ro/map.html>

Bibliografie

Altman, I. și Taylor, D. (1973) *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Attrill, A. și Jalil, R. (2011) Revealing only the superficial me: Exploring categorical self-disclosure online. *Computers in Human Behaviour*, 1-9.

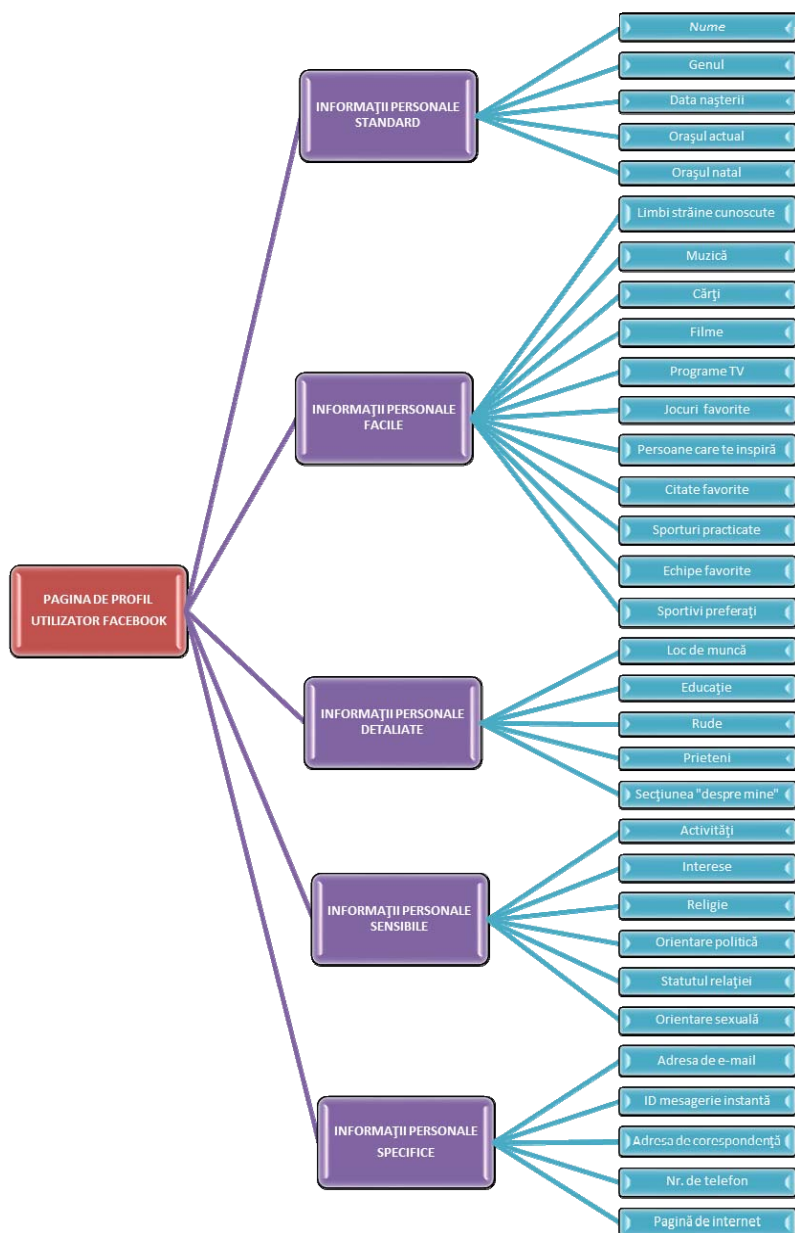
Boyd, D. (2006) Friends, friendsters, and Myspace Top 8: writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11, 12.

Bryce, J. și Klang, M. (2009) Young people, disclosure of personal information and online privacy: Control, choice and consequences. *Information Security Technical Report*, 14, 160-166.

Correa, T., Willard Hinsley, A. și de Zuniga, H. (2010) Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behaviour*, 26, 247-253.

Derlega, V., Metts, S., Petronio, S. și Margulius, S. (1993) *Self-disclosure*. Newbury Park, CA: Sage.

- Derlega, V., Winstead, B., Wong, P. și Greenspan, M. (1987) Self-disclosure and relationship development: An attributional analysis, în M. Roloff și G. Miller, *Interpersonal Processes: New Directions in Communication Research*, Thousand Oaks, CA: Sage, 172-187.
- De Vauss, D. (1996) *Surveys in Social Research*. London: UCL Press.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. și Robinson, J. (2001) Social Implications of the Internet. *Annual Reviews Sociol*, 27, 307-36.
- Dobrescu, P. și Bârgăoanu, A. (2003) Interacționismul simbolic. *Sociologie Românească*, 1, 3.
- Frye, N. și Dornisch, M. (2010) When is trust not enough? The role of perceived privacy of communication tools in comfort with self-disclosure. *Computers in Human Behaviour*, 26, 1120-1127.
- Goffman, E. (1959) *The Presentation of the Self in the Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Goffman, E. [1959] (2003) *Viața cotidiană ca spectacol*. București: Comunicarea.ro.
- Iluț, P. (1997) *Abordarea calitativă a socioumanului: concepte și metode*. Iași: Polirom.
- Iluț, P. (2001) *Sinele și cunoașterea lui. Teme actuale de psihosociologie*. Iași: Polirom.
- Joinson, A. (2001) Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-192.
- Joinson, A., Paine, C., Buchanan, T. și Reips, U-D. (2008) Measuring self-disclosure online: Blurring and non-response to sensitive items in web-based surveys. *Computers in Human Behaviour*, 24, 2158-2171.
- Nosko, A., Wood, E. și Molema, S. (2010) All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of FACEBOOK. *Computers in Human Behaviour*, 26, 406-418.
- Qian, H. și Scott, C. (2007) Anonymity and Self-Disclosure on Weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1428-1451.
- Regan, P. (1995) *Legislating Privacy: Technology, Social Values, and Public Policy*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Schoeman, F. (1984) *Philosophical Dimensions of Privacy: An Antology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tufekci, Z. (2008) Grooming, Gossip, Facebook and Myspace. *Information, Communication & Society*, 11, 4, 544-564.
- Walther, J. B. (1996) Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Westin, A. (1967) *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.
- Westin, A. (2003) Social and Political Dimensions of Privacy. *Journal of Social Issues*, 59, 2, 431-453.
- Yum, Y. și Hara, K. (2006) Computer-Mediated Relationship Development: A Cross-Cultural Comparison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 133-152.
- Zhao, S., Grasmuck, S. și Martin, J. (2008) Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behaviour*, 24, 1816-1836.
- Website-uri utilizate:
www.elsevier.com.
www.sciencedirect.com.
www.statisticbrain.com.
www.facebrands.ro.

Anexa 1: Schemă pentru analiza de conținut**Figura 1: Clasificarea informațiilor de pe pagina de profil a utilizatorului Facebook**