

Rezumatul tezei de doctorat

Dependența de rețelele sociale și motivația academică a tinerilor

Doctorand,
Monica – Elena Mărăcineanu (Cotei)

Coordonator Științific,
Prof. Univ. Dr. Constantin Schifirneț

București
Septembrie 2024

CUPRINS

Argumentare / p. 5

CAPITOLUL I. Utilizarea Internetului și a platformelor Social Media / p. 8

1.1. Perspective teoretice ale conceptelor studiate. Terminologie și definiții. / p. 8

1.1.1. Apariția Internetului: caracteristici, consecințe și comportamente. / p. 12

1.1.2. Apariția rețelelor sociale online / p. 16

1.2. Investigarea fenomenului utilizării excesive și al dependenței de Social Media – definiții, cauze și consecințe. / p. 27

CAPITOLUL 2. Factori care influențează nivelul motivației studenților pentru învățământul superior. / p. 32

2.1. Prezentarea perspectivelor teoretice aplicabile temei de cercetare și argumentarea alegerii perspectivei teoretice urmate. / p. 34

2.1.1. Perspectiva psihologică, socio-economică și instituțională. / p. 34

2.1.2. Perspectiva integrativă a lui Tinto. / p. 42

2.2. Identificarea factorilor care influențează retenția și abandonul în educație cu impact asupra motivației studenților pentru învățământul superior. / p. 45

CAPITOLUL 3. Trăsături și comportamente ale generațiilor active Millennials (Y) și ale generației X legate de educație și studiu / p. 55

3.1. Caracteristici ale generațiilor X și Y: definiții și profil generațional / p. 55

3.2. Identificarea trăsăturilor comportamentale ale generației Millennials (Y) și ale generației X legate de rețelele sociale. / p. 56

3.3. Identificarea condițiilor economice și sociale în care generația Millennials (Y) și, respectiv, generația X, s-au dezvoltat și influența lor asupra comportamentelor acestora / p. 63

3.4. Identificarea trăsăturilor comportamentale ale generațiilor X și Y legate de sistemul de educație. / p. 65

CAPITOLUL 4. Metodologia: prezentarea design-ului de cercetare. / p. 75

4.1. Scop, obiective și ipoteze de cercetare / p. 75

4.2. Metodologia de cercetare / p. 78

4.2.1. Prezentarea variabilelor și a matricei conceptuale / p. 78

4.2.2. Metode de cercetare și instrumente de cercetare propuse – argumentare / p. 86

4.2.3. Metoda cantitativă: ancheta sociologică pe bază de chestionar online / p. 86

4.2.4. Metoda calitativă: ghid de interviu semistrukturat pentru interviuri individuale cu studenți sau foști studenți care fie au abandonat studiile, fie au luat în considerare sau nu abandonarea lor / p. 87

CAPITOLUL 5. Prezentarea rezultatelor obținute în urma aplicării anchetei prin chestionar / p. 89

5.1. Introducere / p. 89

5.2. Colectarea datelor / p. 90

5.3. Interpretarea datelor / p. 96

5.3.1. Statistici descriptive / p. 96

5.3.2. Verificarea ipotezelor prin aplicarea testelor statistice / p. 142

5.4. Concluzii ale analizei cantitative / p. 152

CAPITOLUL 6. Prezentarea rezultatelor obținute în urma anchetei prin interviu / p. 157

6.1. Introducere / p. 157

6.2. Colectarea datelor / p. 158

6.3. Interpretarea datelor / p. 181

6.4. Concluzii ale analizei calitative / p. 187

CAPITOLUL 7. Concluzii finale / p. 197

7.1. Limite ale cercetării / p. 202

7.2. Direcții viitoare de cercetare / p. 203

7.3. Implicații practice / p. 204

BIBLIOGRAFIE / p. 205

ANEXE / p. 224

Anexa 1a: Scala BSMAS (Scala Bergen a Dependenței de Social Media) – 6 itemi, limba engleză / p. 224

Anexa 1b: Scala BSMAS (Scala Bergen a Dependenței de Social Media) – 6 itemi, limba română / p. 225

- Anexa 2a:** Scala BFAS (Scala Bergen a Dependenței de Facebook) – 18 itemi, limba engleză / p. 226
- Anexa 2b:** Scala BFAS (Scala Bergen a Dependenței de Facebook) – 18 itemi, limba română / p. 227
- Anexa 3a:** Scala AMS (Scala Motivației Academice) limba engleză / p. 228
- Anexa 3b:** Scala AMS (Scala Motivației Academice) - traducere în limba română / p. 232
- Anexa 4:** Distribuția codurilor în documentele cu interviurile transcrise / p. 235
- Anexa 5:** Distribuția cuvintelor în documentele cu interviurile transcrise / p. 236
- Anexa 6:** Lista codurilor din analiza calitativă (115) / p. 237
- Anexa 7:** Instrumentul de cercetare cantitativă: chestionar online / p. 240
- Anexa 8a:** Ghid de interviu semistructurat aplicat pentru interviuri individuale online cu reprezentanți ai generației Millennials (Y) - actuali studenți / p. 252
- Anexa 8b:** Ghid de interviu semistructurat aplicat pentru interviuri individuale online cu reprezentanți ai generației Millennials (Y) - foști studenți / absolvenți / p. 257
- Anexa 8c:** Ghid de interviu semistructurat aplicat pentru interviuri individuale online cu reprezentanți ai generației X - actuali studenți sau foști studenți / absolvenți / p. 262
- Anexa 9:** Lista tabelor / p. 267
- Anexa 10:** Lista graficelor / p. 270
- Anexa 11:** Lista figurilor / p. 272

Fenomenul dependenței de Internet, în manifestările sale relevate prin dependența de social media, de smartphone, de jocuri video sau de pariuri online a constituit în ultimii ani o temă des dezbătută la nivel internațional prin prisma efectelor sale asupra indivizilor începând de la vârste fragede, până la tineri și adulți. Studiile efectuate de-a lungul timpului au arătat în puține cazuri o serie de efecte pozitive ale utilizării computerelor, spre exemplu, în cadrul procesului de predare a orelor la școală și multe efecte negative reflectate în toate ariile vieții subiecților expuși la aceste medii în mod îndelungat, începând cu deficit de atenție, probleme legate de memorie și somn, schimbare rapidă a stării de dispoziție, neliniște, superficialitate, narcisism, depresie și chiar gânduri suicidale (Whang, Lee & Chang, 2003; Ko et al, 2006; Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş, Griffiths, 2018).

Multe dintre aceste studii sunt concentrate pe segmentul generațional Y sau Millennials pentru caracteristicile sale diferite, comparativ cu generațiile anterioare. Urmărind linia intergenerațională de la tradiționaliști sau Generația Tăcută (*Silent Generation*) născuți între 1925-1945, la Baby Boomers născuți între 1946-1964, la generația X născuți între 1965-1976/1979, generația Millennials (cei născuți între 1980-2000) a fost numită de cercetători generația ”mereu conectată” (*always connected*), conform Pew Research Center, SUA, 2010.

Motivele pentru care și cercetarea de față se axează în principal pe această generație Y, comparativ cu generația anterioară X, sunt de două tipuri: 1) *calitative* – prin prisma seriei de caracteristici specifice ale indivizilor Y studiați și a rupturii pe care aceștia o aduc în liniaritatea generațională, din cauza expunerii lor intense la noile medii online și digitale (ex.: ei au competențe tehnologice deosebite, se bazează pe informații din motoarele de căutare, operează acțiuni online cu viteză mare, caută feedback permanent, învață făcând (*learning by doing*), comunică mai mult vizual, sunt deschiși emoțional, preferă lucrul în echipe și colaborarea, sunt orientați spre obiective și caută experiențe interactive personalizate) și 2) *cantitative* – prin prisma faptului că din punct de vedere al numărului de indivizi cuprinși în acest segment, este cea mai mare generație la nivel global în prezent, care activează și aduc un suflu nou și pe piața muncii (Howe & Strauss, 2000).

Datorită faptului că dependența de Internet, studiată ca fenomen sursă, implică practic o serie vastă de fațete și o manifestare diferită pe o serie de canale distincte, aproape imposibil de studiat în mod unitar în cadrul unei singure lucrări de cercetare, prezenta teză studiază fenomenul dependenței de social media (mai exact, al dependenței de rețelele sociale online Facebook și Youtube) și relația sa cu motivația de studiu a tinerilor din România.

Dependența de social media a fost de cele mai multe ori definită de cercetători prin prisma manifestărilor sale, respectiv prin cantitatea mare de timp petrecută pe rețelele sociale, dorința

din ce în ce mai mare de a le utiliza, utilizarea lor pentru a uita de alte probleme personale, agitația resimțită în cazul imposibilității accesării lor și impactul negativ al utilizării lor asupra relațiilor personale, performanței academice sau profesionale. Utilizând scale recunoscute pentru măsurarea fenomenului de dependență de social media, cum ar fi Scala Bergen a Dependenței de Facebook (Bergen Facebook Addiction Scale - BFAS), prima de acest tip elaborată în 2015 de dr. Cecilie Andraessen, Universitatea Bergen (UiB) din Norvegia sau Teoria Utilizării și Recompensei (Uses and Gratification Theory – UGT) prin care se analizează motivația utilizării rețelelor sociale, în lucrarea de față se vor studia, pe de o parte, tipurile de comportament înregistrate pe cele două canale, Facebook și Youtube, iar pe de altă parte, efectele acestor comportamente asupra motivației tinerilor de a urma o facultate sau un program de studii superioare. Citarea autorilor în prezenta lucrare este conform stilului APA.

Obiectivul principal al prezentei cercetări este analiza modului în care utilizarea excesivă a rețelelor sociale influențează performanța academică a tinerilor, nu din punct de vedere al rezultatelor academice înregistrate, ci din punct de vedere al motivației tinerilor de a mai urma și a absolvi o formă de învățământ superior. Această posibilă relație dintre cele două variabile va fi analizată prin investigarea mecanismelor socio-economice, psihologice, comportamentale și instituționale implicate în aceste procese.

Obiectivele intermediare ale tezei sunt 1) identificarea tiparelor de consum ale rețelelor Facebook și Youtube pentru tinerii din România din cadrul generației X și Y și a modului în care consumul excesiv de social media poate influența atitudinile și comportamentele acestor tineri vis-a-vis de educație, 2) identificarea valorilor relevante pentru publicul analizat care au o influență asupra relației dintre manifestarea eventualei dependențe de Social Media și motivația academică a tinerilor analizați și 3) identificarea factorilor care influențează motivația academică pentru generațiile studiate, X și Y.

Totodată, s-a avut în vedere și încercarea de a identifica și propune pentru eventuale cercetări viitoare posibile soluții la nivel educațional și comportamental pentru a diminua amplitudinea fenomenului la nivel social.

În altă ordine de idei, etapele cercetării constau în *a)* construirea fundamentului teoretic privind variabilele studiate – dependența de social media și motivația de a absolvi o formă de învățământ superior; *b)* investigarea factorilor interrelaționați cu valori și comportamente – în speță factori sociali (modele sociale, stiluri de viață, consum cultural, trasee educaționale); *c)* identificarea caracteristicilor generaționale în cazul generațiilor Y (Millenials) și X și a unui „portret de generație” prin comparație (luând în considerare aspectele sociale și profesionale); *d)* construirea unui cadru de evaluare a tiparelor de consum al social media, prin considerarea unor elemente precum intensitatea fenomenului (de ex. compararea timpului petrecut pe aceste rețele

sociale comparativ cu timpul consumat pentru lectură sau studiu), amplitudinea fenomenului (ex. numărul de membri ai unui grup dependenți de social media) ș.a. și e) corelarea tuturor elementelor într-un model explicativ și testarea modelului prin cercetarea empirică.

În intenția de a studia modul de relaționare a celor două variabile - efectele dependenței de social media, în speță Facebook și Youtube, cu valorile și comportamentele actuale ale tinerilor din România, cu reflectare asupra motivației lor de a absolvi un ciclu de studii superioare, prezenta cercetare își propune să studieze caracteristici importante ale stilului de viață al subiecților cu scopul de a elabora un set de recomandări cu privire la diminuarea efectelor nedorite înregistrate și direcționarea preocupărilor tinerilor către lectură și studiu în vederea creșterii valorii educației percepute de tineri, prin îmbogățirea cunoștințelor acestora, dezvoltarea abilităților lor, formarea caracterului, înțelegerea lumii din jur și capacitatea lor de a contribui prin creativitate și gândire critică la progresul social și economic al societății în care trăiesc.

În prima etapă a *cercetării cantitative*, efectuată prin aplicarea online a unui chestionar în limba română prin Google Form, în urma căreia a rezultat un eșantion de 219 respondenți, femei și bărbați, din mediul rural și urban, care urmează cursurile unei facultăți în prezent sau care au urmat în trecut o formă de studii superioare, atât din cadrul facultăților de stat, cât și al celor private din diverse zone din țară (București, Brașov, Timișoara, Cluj, Constanța), am analizat o serie de relații între variabila independentă a Dependenței de Social Media, prin VI₁ Dependența de Facebook și VI₂ Dependența de Youtube (utilizând Scala Bergen a Dependenței de Social Media / Facebook – BFAS, adaptată celor două canale) și variabila dependentă a Motivației Academice – VD Motivația Academică (utilizând Scala Motivației Academice – varianta pentru facultate AMS-C, adaptată), prin prisma a trei segmente identificate conform literaturii de specialitate ca fiind cele mai relevante pentru perspectivele din care instituțiile de învățământ superior își gândesc strategiile de retenție: segmentul psihologic, segmentul socio-economic și segmentul instituțional. Aceste trei segmente fac parte din teoria integrativă a lui Tinto, teorie care însă a primit critici cu privire la faptul că palierul psihologic nu era suficient de bine analizat.

Astfel, pornind de la dorința de a analiza motivația academică a respondenților și cântărirea unei posibile decizii de abandon de-a lungul anilor de studiu în relație cu utilizarea excesivă a canalelor Social Media, s-a inițiat analiza cantitativă prin aplicarea unui chestionar online, urmând ca în etapa a doua să se efectueze și o analiză calitativă prin desfășurarea unor interviuri individuale semi-structurate pe un eșantion secundar restrâns, extras din cadrul eșantionului primar aferent studiului cantitativ (N = 219) – mai exact, acei respondenți ai chestionarului online care au ezitat în a lua o decizie finală de abandon a studiilor superioare

începute sau care chiar le-au abandonat la un moment dat și care au fost de acord să participe în mod benevol și la a doua etapă a prezentei cercetări.

În funcție de cele trei segmente luate în considerare, s-au stabilit o serie de itemi aferenți acestora împreună cu care relațiile dintre cele două tipuri de variabile, VI și VD să fie măsurate.

Astfel, pentru segmentul *psihologic*, s-au conceput și măsurat în relația cu VI₁ Dependența de Facebook, VI₂ Dependența de Youtube pe de o parte și VD Motivația Academică, pe de altă parte, doi itemi care constau în *valori* conform Scalei Valorilor (Schwartz, 2012) și itemul legat de *tăria de caracter* sau ”grit” conform Scalei Tăriei de Caracter (Duckworth et al., 2007).

Prin urmare, conform datelor analizate prin programul de statistică IBM – SPSS Statistics, Versiunea 28.0.1.1 (15), a reieșit faptul că cu cât valorile sunt mai puternice, cu atât Motivația Academică e mai mare (H1.3), relația dintre variabila AMS și Valori având un coeficient sig. de $< 0,01$ (deci $p < 0,05$), testul Pearson fiind semnificativ cu o corelație medie pozitivă ($r = .371^{**}$, între .300 și .700). Astfel, se poate spune că acei indivizi care prezintă valori puternice pe plan personal au și o motivație academică mai mare.

În plus, pe acest segment s-a confirmat de asemenea ipoteza conform căreia cu cât tăria de caracter este mai mare, cu atât Dependența de Facebook e mai mică (H2.1), relația dintre variabila BFAS și Tăria de Caracter având un coeficient sig. de 0.004 (deci $p < 0,05$), testul fiind semnificativ ($r = -.196^{**}$), însă printr-o corelație negativă slabă (mărimea efectului Cohen (d) fiind slabă). Ceea ce înseamnă că pentru acei indivizi care au o tărie de caracter mai mare, au în același timp și o dependență de Facebook mai mică, același lucru fiind valabil și pentru dependența de Youtube.

De asemenea, pe același segment al analizei, tot prin aplicarea testului Pearson, datele au arătat că cu cât tăria de caracter este mai mare, cu atât Dependența de Youtube e mai mică (H2.2), relația dintre variabila BYAS și Tăria de Caracter având un coeficient sig. $< 0,01$ (deci $p < 0,05$), testul fiind semnificativ ($r = -.247^{**}$), însă tot printr-o corelație negativă slabă (mărimea efectului Cohen (d) fiind slabă).

Astfel, ipotezele H1.1 - *Cu cât valorile sunt mai puternice (I13), cu atât Dependența de Facebook e mai mică (I11)* și H1.2 - *Cu cât valorile sunt mai puternice (I13), cu atât Dependența de Youtube e mai mică (I12)* au fost infirmate iar ipoteza H1.3 - *Cu cât valorile sunt mai puternice (I13), cu atât Motivația Academică e mai mare (I32)* a fost confirmată.

Totodată, ipotezele H2.1 - *Cu cât tăria de caracter este mai mare (I14), cu atât Dependența de Facebook e mai mică (I11)* și H2.2 - *Cu cât tăria de caracter este mai mare (I14), cu atât Dependența de Youtube e mai mică (I12)* au fost confirmate, însă ipoteza H2.3 - *Cu*

cât tăria de caracter este mai mare (I14), cu atât Motivația Academică e mai mare (I32) a fost infirmată.

Pentru *segmentul socio-economic*, s-au conceput și măsurat în relația cu VI₁ Dependența de Facebook, VI₂ Dependența de Youtube pe de o parte și VD Motivația Academică, pe de altă parte, doi itemi constând în *studiile superioare ale părinților sau tutorilor și activitățile offline practicate cu familia de bază*.

În ceea ce privește studiile superioare ale părinților sau tutorilor, după caz, premisa că dacă cel puțin unul din părinți/tutori are studii superioare, atunci Dependența de Social Media e mai mică și Motivația Academică e mai mare nu a fost confirmată în urma aplicării testului T pentru esantioane independente, nicio relație testată nefiind semnificativă ($p > 0,05$ în toate cele trei variante ale ipotezei H3).

Din analiza datelor a reieșit însă faptul că cu cât au practicat mai mult activități offline (AO) cu familia de bază, cu atât Motivația Academică este mai mare (H4.3), fapt observat prin aplicarea testului Pearson în urma căruia a rezultat că relația dintre variabila AO și AMS are un coeficient sig. $< 0,01$ (deci $p < 0,05$), testul fiind semnificativ ($r = .298^{**}$) printr-o corelație pozitivă slabă, aproape însă de limita unei corelații pozitive medii (mărimea efectului Cohen (d) fiind slabă). Astfel se poate concluziona că acei indivizi care de-a lungul timpului au desfășurat activități offline împreună cu familia în timpul liber prezintă o motivație academică mai mare decât cei care nu au practicat activități offline cu familia.

Astfel, niciuna din ipotezele H3.1 - *Dacă cel puțin unul din părinți/tutori are studii superioare (I18), atunci Dependența de Facebook e mai mică (I11)*, H3.2 - *Dacă cel puțin unul din părinți/tutori are studii superioare (I18), atunci Dependența de Youtube e mai mică (I12)* și H3.3 - *Dacă cel puțin unul din părinți/tutori are studii superioare (I18), atunci si Motivația Academică e mai mare (I32)* nu au fost confirmate.

De asemenea, ipotezele H4.1 - *Cu cât au practicat mai mult activități offline cu familia de bază (I22), cu atât Dependența de Facebook este mai mică (I11)* și H4.2 - *Cu cât au practicat mai mult activități offline cu familia de bază (I22), cu atât Dependența de Youtube este mai mică (I12)* au fost infirmate, însă ipoteza H4.3 - *Cu cât au practicat mai mult activități offline cu familia de bază (I22), cu atât Motivația Academică este mai mare (I32)* a fost confirmată.

În ceea ce privește *segmentul instituțional*, s-au conceput și măsurat în relația cu VI₁ Dependența de Facebook, VI₂ Dependența de Youtube pe de o parte și VD Motivația Academică (AMS), pe de altă parte, trei itemi legați de *calitatea facultății, utilizarea metodelor moderne de predare și valoarea atribuită educației*.

În ceea ce privește conceptul *calitatea facultății (CF)*, testul Pearson a arătat că relația dintre variabila CF și Motivația Academică (AMS) are un coeficient sig. $< 0,01$ (deci $p < 0,05$),

testul fiind semnificativ ($r = .348^{**}$), ceea ce a confirmat că cei care percep calitatea facultății ca fiind scăzută au o Motivație Academică mai scăzută (H5.3), printr-o corelație pozitivă medie (mărimea efectului Cohen (d) fiind medie). Prin urmare, înseamnă că indivizii care percep facultatea ca având un grad scăzut de calitate prezintă și o motivație academică mai mică decât cei care percep facultatea ca având o calitate mai mare.

De asemenea, în ceea ce privește metodele moderne de predare (MMP), aplicând testul Pearson s-a dovedit că relația dintre variabila MMP și Motivația Academică (AMS) are un coeficient sig. $< 0,01$ (deci $p < 0,05$), testul fiind semnificativ ($r = .420^{**}$), rezultând astfel că cu cât cadrele didactice utilizează mai mult metode moderne de predare, cu atât studenții au o Motivație Academică mai mare (H6.3), prin urmare ipoteza fiind confirmată printr-o corelație pozitivă medie (mărimea efectului Cohen (d) fiind medie). Astfel, se poate spune că pentru indivizii cărora cadrele didactice universitare le predau utilizând metode moderne de predare (cum ar fi: cursuri centrate pe student (nevoi, dorințe, interese, etc.), învățarea colaborativă (în grup, nu individual), instruire segmentată în părți mai mici (nu lecții lungi predate), învățarea paralelă (urmărirea mai multor concepte noi în paralel, nu secvențial), învățare multimedia (încorporarea tehnologiei), învățare prin experimentare (nu prin ascultare), învățare pentru a înțelege (nu pentru a reține), evaluări frecvente (nu doar la final), feedback-uri prompte și la timp și dezvoltarea gândirii critice) au o motivație academică mai mare decât cei cărora nu li se predă prin utilizarea acestor metode.

Referitor la valoarea atribuită educației, pentru a verifica dacă cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ, cu atât Motivația Academică e mai mică și Dependența de Social Media e mai mare s-au utilizat corelațiile de tip Spearman. Astfel, a reieșit că relația dintre variabila valoarea educației VE și motivația academică AMS are un coeficient sig. $< 0,01$ (deci $p < 0,05$), testul fiind semnificativ ($\rho = .287^{**}$), rezultând astfel că cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ, cu atât Motivația Academică e mai mică (H7.1), printr-o corelație pozitivă slabă (mărimea efectului Cohen (d) fiind medie). Prin urmare, se poate spune că indivizii pentru care educația în sine are o valoare scăzută percepută, au și o motivație academică mică, nevăzând astfel rostul unui efort intelectual necesar absolvirii unor studii superioare.

Astfel, ipotezele H5.1 - *Cei care percep calitatea facultății ca fiind scăzută (I25) au o Dependență de Facebook mai mare (I11)* și H5.2 - *Cei care percep calitatea facultății ca fiind scăzută (I25) au o Dependență de Youtube mai mare (I12)* au fost infirmate, însă ipoteza H5.3 - *Cei care percep calitatea facultății ca fiind scăzută (I25) au o Motivație Academică mai scăzută (I32)* a fost confirmată.

Totodată, ipotezele H6.1 - *Cu cât cadrele didactice utilizează mai mult metode moderne de predare (I28), cu atât studenții au o Dependență de Facebook mai mică* și H6.2 - *Cu cât*

cadrele didactice utilizează mai mult metode moderne de predare (I28), cu atât studenții au o Dependență de Youtube mai mică au fost infirmate, în timp ce ipoteza H6.3 - *Cu cât cadrele didactice utilizează mai mult metode moderne de predare (I28), cu atât studenții au o Motivație Academică mai mare* a fost confirmată.

De asemenea, ipoteza H7.1 - *Cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ (I29), cu atât Motivația Academică e mai mică (I32)* a fost confirmată, în timp ce ipotezele H7.2 - *Cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ (I29), cu atât Dependența de Facebook e mai mare (I11)* și H7.3 - *Cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ (I29), cu atât Dependența de Youtube e mai mare (I12)* au fost infirmate.

În plus, din datele analizate au putut fi extrase separat de testarea ipotezelor de cercetare și o serie de concluzii cu privire la diferențele înregistrate în funcție de generația din care respondenții făceau parte, generația Y și generația X.

Astfel, în urma aplicării testului T a reieșit faptul că, pe de o parte, media dependenței de Youtube este semnificativ mai mare în cazul generației Y decât în cazul generației X (cu $p < ,001$, unde Media BYTAS pentru Generația X = 1,4593 vs. Media BYTAS pentru Generația Y = 2,0902), iar pe de altă parte media motivației academice este semnificativ mai mare în cazul generației Y decât în cazul generației X (cu $p = ,021$, unde Media AMS-C pentru Generația X = 2,9967 vs. Media AMS-C pentru Generația Y = 3,3188).

Prin urmare, diferențele observate între generații sunt legate de acele trăsături caracteristice fiecărei cohorte din punct de vedere al mediului în care s-au dezvoltat, fiind evident faptul că pentru Generația X dependența de Youtube este în medie mai mică decât cea a Generației Y din cauză că pentru ei, acest canal a apărut ulterior în cronologia dezvoltării lor, ei fiind expuși la această platformă online într-o măsură mai mică.

Cu toate acestea, motivația academică s-a dovedit a fi mai mare ca medie pentru Generația Y, cea care a utilizat mai mult, mai de timpuriu, platforma online Youtube, spre exemplu, dect pentru Generația X care am putea spune că nu a fost afectată de tentația de a utiliza excesiv canalele Social Media.

De asemenea, în ceea ce privește frecvența de utilizare a canalelor Social Media, în urma aplicării testului T a reieșit faptul că media acestei frecvențe a utilizării Social Media este semnificativ mai mare în cazul generației Y decât în cazul generației X (cu $p < ,001$, unde Media Generației X = 2,0365 vs. Media Generației Y = 2,7096).

Acest fapt este ușor explicabil din nou prin prisma cronologiei, a faptului că generația mai tânără, Y, a fost expusă la canalele Social Media mai mult, mai devreme, intrând astfel mai profund în obiceiurile și comportamentele lor decât în cele ale Generației X.

În ceea ce privește *analiza calitativă* efectuată prin aplicarea unor ghiduri de interviu semistructurat, în sesiuni video individuale, unui lot de 20 de persoane extrase din eșantionul analizei cantitative, din generațiile X și Y, prin intermediul analizei tematice (AT) aplicată ca metodă de analiză a datelor calitative pe setul de date obținut, în vederea identificării, organizării și furnizării de informații în tipare de sens, din toate datele extrase și analizate în cadrul celor trei teme alese, și anume *tema abandonului (T1)*, *tema studiilor în general (T7)* și *tema motivației academice (T4)*, toate trei circumscrise conceptului generic de *educație* regăsit în tema centrală de cercetare a prezentei lucrări, s-au conturat câteva idei de bază din sfera celor trei subiecte, pe care le vom prezenta în cele ce urmează.

#1 Tema abandonului (T1)

- 4 subiecți din totalul celor 20 (2 din generația Y studenți, 1 din generația Y foști studenți și 1 din generația X) au indicat ca motivație a abandonului studiilor superioare *comportamentul profesorilor* fie prin demotivare, fie prin lipsă de implicare sau sprijin.
- 13 subiecți din totalul de 20 (dintre care 7 subiecți din generația Y studenți, 2 subiecți din generația Y foști studenți și 4 subiecți din generația X) au indicat ca motiv al abandonului *cursurile* în sine, fie prin dificultatea lor, fie prin nepotrivirea cu așteptările inițiale, fie pentru că facultatea privată era privită ca fiind mai slabă decât cea de stat, fie din cauza oboselii și a vârstei (naveta, seara), fie din cauza lipsei sau diluării pasiunii asociate cu cursurile.
- Din punct de vedere al *percepției actului de abandon*, respectiv al faptului că decizia în sine de a abandona studiile superioare începute este una asumată sau una regretată în prezent, un număr de 15 subiecți din totalul de 20 au indicat o încadrare clară a acestui proces în experiența proprie, și anume: 5 subiecți au declarat că regretă decizia de abandon luată în trecut (1 subiect generația Y studenți, 3 subiecți din generația Y foști studenți și 1 subiect din generația X), 5 subiecți au declarat că nu regretă decizia luată de a abandona studiile superioare începute (2 subiecți din generația Y studenți, 1 subiect din generația Y foști studenți și 2 subiecți din generația X) iar restul de 5 subiecți au indicat *faptul că deși poate s-au gândit punctual la abandon, nu au abandonat niciodată studiile superioare începute* (2 subiecți din generația Y studenți și 3 subiecți din generația X).

Astfel, din analiza acestei teme a reieșit cel mai evident ideea că principalul motiv, cel mai des indicat de subiecți din toate cele trei categorii studiate, pentru care au abandonat studiile au fost *cursurile* în sine.

#2 Tema studiilor și educației în general (T7)

- *T 7.1.1. facultate – aprecieri*: 35 de aprecieri din registre diferite, cum ar fi: bază teoretică importantă, latura practică, profesori care lucrează în domeniul în care predau,

înțelegere pentru cei care lucrează, profesori apropiați de studenți sau buni pedagogi, material în sine, ajutor în carieră, curricula adaptată la nevoile pieței.

- *T 7.1.2. facultate – aversiuni: 25 de aversiuni din registre diferite, cum ar fi: cursuri lungi de scris de mână, profesori duri, puțină practică, lipsă de corelare cu piața (cursuri învechite, neactualizate), profesori nepregătiți sau care utilizează metode de predare lipsite de interactivitate, sistemul ID care presupune un grad ridicat de auto-motivare, orar prea încărcat.*
- *T 7.1.7. facultate - plusuri străinătate: 12 avantaje indicate pentru studiile superioare desfășurate în străinătate, printre care: un loc de muncă de început asigurat la finalizarea studiilor, încurajarea procesului de studiu individual și a contribuției personale, alegerea de module cu opțiuni de schimbare, admitere mai lejeră dar proces continuu de evaluare pe durata semestrelor, sistem mai bun de practici și valori.*

Astfel, din analiza acestei celei de-a doua teme a reieșit cel mai evident ideea că cele care prevalează sunt aprecierile față de facultate, chiar dacă au fost exprimate și câteva minusuri ale studiilor superioare din România față de cele din străinătate.

#3 Tema motivației academice (T4)

- *T 4.3. motivație facultate – intrinsecă (dorința de a studia, de a evolua): 12 subiecți (dintre care 4 subiecți din generația Y studenți, 4 din generația Y foști studenți și 4 subiecți din generația X) au menționat ca fac / au făcut o facultate dintr-o motivație internă, cum ar fi: sistem de gândire complex, cu filtrarea informațiilor, capacitatea de a ști unde să cauți informațiile necesare, conexiunea cu oamenii, saltul intelectual, plăcerea de a studia, capacitatea de argumentare și gândirea critică, îndrumare și ghidaj, inteligență și cultură generală.*
- *T 4.5. grad motivație studii (de la 1 la 5): 19 subiecți (dintre care 6 subiecți din generația Y studenți, 5 din generația Y foști studenți și 8 subiecți din generația X) au indicat gradul de motivație pe care îl au acum în facultate sau de care își amintesc că l-au avut în timpul ultimei facultăți parcurse, respectiv, pe o scală de la 1 (foarte puțin motivat) la 5 (foarte motivat): 6 subiecți au apreciat că au gradul maxim de motivație 5, 2 subiecți au apreciat că au gradul de motivație între 4 și 5, 4 subiecți au apreciat că au gradul de motivație 4, 3 subiecți au apreciat că au gradul de motivație între 3 și 4, 5 subiecți au apreciat că au gradul de motivație între 2 și 3 și 1 subiect a apreciat că are gradul minim de motivație 1.*
- *T 4.6. profesori reper (daca exista, cati): 15 subiecți (dintre care 5 subiecți din generația Y studenți, 5 din generația Y foști studenți și 5 subiecți din generația X) au menționat că au întâlnit cel puțin un profesor reper în cadrul facultății, de cele mai multe ori indicând și persoana sau materia din facultate prin care l-au întâlnit.*

- *T 4.7. profesori reper - model* (cum ar trebui sa fie): **Toți cei 20 de subiecți** (dintre care 6 subiecți din generația Y studenți, 6 din generația Y foști studenți și 8 subiecți din generația X) au indicat informații cu privire la modelul de profesor reper ideal, indicând următoarele trăsături: bun comunicator, bun pedagog, umor, corect, răbdare, modern (tratarea studenților ca egali, metode modern de predare), realist, relaxat, autentic, deschis, competent, apropiat de studenți, pasionat, empatic, vizionar, disponibil, lider, mentor, de încredere, adaptabil, interactiv, motivator (valorizarea studentului), bun psiholog, să accepte feedback, să îi pese cu adevărat.

Astfel, *trăsăturile unui profesor reper ideal* indicate mai sus de către subiecții intervievați au fost organizate în 6 mari categorii, (1) abordarea actului de predare, (2) competențe asociate meseriei, (3) competențe directe legate de materia predată, (4) comportament, (5) personalitate și (6) valori.

Concluzii finale. În urma consultării literaturii de specialitate aplicabilă temelor și variabilelor analizate, așa cum am menționat anterior, considerăm că prezenta cercetare aduce un element de originalitate pentru că analizează relația dintre dependența de Social Media și motivația academică, temă care nu a mai fost cercetată în România în combinația de variabile pe care eu am propus-o. Până în prezent, nu au fost analizate posibile corelații ale scalei AMS cu alte fenomene, cum ar fi cel al dependenței de Social Media, prin prisma celor trei segmente analizate – psihologic, socio-economic și instituțional, iar interesul central al prezentei teze se situează exact în această zonă, a stabilirii modului în care motivația pentru învățământul superior dezvoltă o corelație cu dependența de Social Media a tinerilor din România.

O serie de studii apărute în România până în luna iulie a anului 2024 ating aceste zone, însă uneori doar tangențial, în chei diferite și cu alte combinații de variabile analizate. Spre exemplu, în 2024, David et al. au demonstrat că depresia este semnificativ asociată cu dependența de rețelele sociale, anxietatea și performanța academică scăzută în rândul studenților români de la facultățile de asistență medicală. Tot în domeniul medical, un alt studiu din 2022 analizează relația dintre structura personalității, motivație și rezultatele academice, mai precis rezultatul obținut la Examenul Național de Rezidențiat de către studenții la medicină din România (Muntean et al, 2022). El arată că o combinație între o dimensiune scăzută a deschiderii și o dimensiune înaltă a conștiințiozității poate prezice o notă mai bună la examen iar implicarea motivațională, cât și persistența motivațională sunt corelate cu dimensiunea conștiințiozității și scorul obținut la Examenul Național de Rezidențiat (Muntean et al, 2022).

Totodată, a fost studiată și influența socială în relație cu dependența de Facebook la studenți din România și Lituania (Lamanauskas, Iordache & Pribeanu, 2017), însă dependența de Facebook a fost măsurată folosind o scală care constă din doar trei elemente (din aria itemului

de retragere/sevraj – ”withdrawal”), adaptate de pe scala lui Masur et al. (2014). Această scală este compusă din trei itemi adaptați dintr-o scală mai largă a dependenței de Internet, reflectând aspecte specifice dependenței de rețele sociale, cum ar fi: nevoia intensă de a folosi Facebook, sentimentele de anxietate sau iritabilitate când accesul este restricționat și dificultățile de a controla timpul petrecut pe Facebook. În acest studiu, studenții universitari care au raportat o influență socială mai mare au indicat, de asemenea, o dependență mai mare de Facebook (Lamanauskas, Iordache & Pribeanu, 2017).

Un alt studiu din România din anul 2020 a analizat modalitatea de interacțiune a tinerilor din România cu Internetul și impactul acesteia asupra rezultatelor academice (Benchea, 2020). În afară de analizarea motivelor pentru care tinerii utilizează Internetul și a eventualelor diferențe de gen în utilizarea sa, studiul a mai arătat doar faptul că există o corelație negativă între utilizarea Internetului (nu dependența) și rezultatele academice (nu motivația) ale tinerilor din România (Benchea, 2020). În anul următor, același autor a analizat relația dintre utilizarea internetului și implicarea academică a studenților, așa-numitul ”academic engagement” (Benchea, 2021), din nou neatingând fenomenul dependenței de Social Media sau cel al motivației academice.

Astfel, așa cum a fost indicat și în Capitolul 4 al prezentei teze, scopul acestei cercetări a fost analiza și construirea unui model explicativ funcțional care să identifice atât factorii favorizanți, cât și consecințele dependenței de Social Media asupra comportamentelor, valorilor, aspirațiilor și a stilului de viață la tinerii din generațiile amintite și mai ales asupra motivației academice a acestora, care studiază sau au studiat la o serie de facultăți din România, atât cu profil tehnic, cât și non-tehnic. Matricea conceptuală prezentată la Capitolul 4.2. ”Metodologia de cercetare” a funcționat ca tipar atât al construirii ipotezelor de cercetare, cât și al testării lor. Pentru fiecare variabilă – independentă, dependentă și factor de analiză au fost alese concepte integrate în ipoteze de cercetare care au fost ulterior testate statistic în capitolul 5 cantitativ și ulterior, în capitolul 6 calitativ, analizate în profunzime.

În plus, obiectivele subsumate intermediare au fost de asemenea atinse: 1) identificarea tiparelor de utilizare ale Facebook și Youtube pentru tinerii din România din cadrul generației X și Y și a modului în care utilizarea Social Media poate influența atitudinile și comportamentele acestor tineri vis-a-vis de educație, 2) identificarea valorilor relevante pentru publicul analizat, dar și a variabilelor psihologice, socio-economice și instituționale care au o influență asupra relației dintre manifestarea eventualei dependențe de Social Media și motivația academică a tinerilor analizați și 3) identificarea factorilor care influențează motivația academică pentru generațiile studiate, X și Y.

Aceste obiective au contribuit în mod real la construirea corectă și funcțională a unui model explicativ relevant, a matricei conceptuale în baza căreia au fost construite ipotezele prezentei cercetări pentru testarea relației dintre cele trei tipuri de variabile: variabila independentă – Dependența de Social Media (Scala Bergen adaptată) – VI, variabila dependentă – Motivația Academică (Scala AMS-C adaptată) și factorii de analiză, mai exact: valorile și tăria de caracter ("grit") – pe segmentul psihologic, studiile superioare ale părinților și activitățile offline practicate cu familia – pe segmentul socio-economic și calitatea facultății, metodele moderne de predare și valoarea percepută a educației – pe segmentul instituțional.

Astfel, din cele șapte ipoteze de lucru în analiza cantitativă, fiecare cu câte trei subipoteze legate pe rând de dependența de Facebook, de dependența de Youtube și de Motivația Academică, rezultând un total 21 de subipoteze, au fost confirmate șapte, respectiv o treime. Mai exact, studiul cantitativ a arătat că:

- H1.3: Cu cât valorile sunt mai puternice (I13), cu atât Motivația Academică e mai mare (I32) – segment psihologic;
- H2.1: Cu cât tăria de caracter este mai mare (I14), cu atât Dependența de Facebook e mai mică (I11) – segment psihologic;
- H2.2: Cu cât tăria de caracter este mai mare (I14), cu atât Dependența de Youtube e mai mică (I12) – segment psihologic;
- H4.3: Cu cât au practicat mai mult activități offline cu familia de bază (I22), cu atât Motivația Academică e mai mare (I32) – segment socio-economic;
- H5.3: Cei care percep calitatea facultății ca fiind scăzută (I25) au o Motivație Academică mai scăzută (I32) – segment instituțional;
- H6.3: Cu cât cadrele didactice utilizează mai mult metode moderne de predare (I28), cu atât studenții au o Motivație Academică mai mare – segment instituțional;
- H7.3: Cu cât educația are o valoare mai mică pentru individ (I29), cu atât Motivația Academică e mai mică (I32) – segment instituțional.

Prin urmare, am dovedit faptul că din punct de vedere al segmentului psihologic, valorile puternice generează o motivație academică mare, dovedind astfel o corelație pozitivă între cele două concepte iar tăria de caracter corelează negativ atât cu dependența de Facebook, cât și cu dependența de Youtube.

Din punct de vedere al segmentului socio-economic, singura ipoteză confirmată a dovedit faptul că activitățile offline practicate cu familia de bază corelează pozitiv cu motivația academică a respondenților.

Analiza segmentului instituțional a arătat faptul că respondenții care percep calitatea facultății ca fiind scăzută, dar și cei pentru care educația are o valoare mică, au o motivație

academică mică, însă atunci când cadrele didactice utilizează metode moderne de predare, studenții au o motivație academică mai mare, dovedind astfel o corelație pozitivă între cele două variabile.

Astfel, din punct de vedere al studiului cantitativ putem concluziona pe scurt că:

- motivația academică crește în contextul în care: respondenții studenți au valori puternice, au efectuat activități offline împreună cu familia de bază iar cadrele didactice utilizează metode moderne de predare.
- motivația academică scade dacă studenții percep facultatea ca fiind de o calitate scăzută și percep educația în sine ca având o valoare scăzută.
- dependența de Facebook e mai mică atunci când tăria de caracter este mai mare.
- dependența de Youtube e mai mică atunci când tăria de caracter a respondenților este mai mare.

Pe de altă parte, din numărul total de 219 respondenți cu răspunsuri valide la chestionarul online (43 din generația X, 151 din generația Y și 25 din generația Z), studiul calitativ a fost condus pe un eșantion de 20 de respondenți (6 indivizi studenți din generația Y, 6 indivizi foști studenți / absolvenți din generația Y și 8 studenți sau foști studenți / absolvenți din generația X) extras din primul eșantion utilizat la cercetarea cantitativă și s-a concentrat pe analiza a trei teme, ulterior revizuirii tuturor temelor potențiale, fiind considerate ca fiind cele mai relevante pentru scopul cercetării, și anume: tema abandonului (T1), tema studiilor/educației în general (T7) și tema motivației academice (T4). Astfel, studiul calitativ a arătat următoarele:

- principalul motiv, cel mai des indicat de subiecți din toate cele trei categorii studiate, pentru care au abandonat studiile au fost cursurile în sine: 13 subiecți din totalul de 20 (dintre care 7 subiecți din generația Y studenți, 2 subiecți din generația Y foști studenți și 4 subiecți din generația X) au indicat ca motiv al abandonului cursurile în sine, fie prin dificultatea lor, fie prin nepotrivirea cu așteptările inițiale, fie pentru că facultatea privată era privită ca fiind mai slabă decât cea de stat, fie din cauza oboselii și a vârstei (naveta, seara), fie din cauza lipsei sau diluării pasiunii asociate cu cursurile (T1);
- cele care prevalează sunt aprecierile față de facultate, chiar dacă au fost exprimate și câteva minusuri ale studiilor superioare din România față de cele din străinătate, iar cele mai des menționate aprecieri ale subiecților la adresa facultății au fost: bază teoretică importantă, latura practică, profesori care lucrează în domeniul în care predau, înțelegere pentru cei care lucrează, profesori apropiați de studenți sau buni pedagogi, material în sine, ajutor în carieră, curricula adaptată la nevoile pieței (T7);
- plecând de la întrebarea care a stat la baza prezentei teze, respectiv dacă mai are sens să faci o facultate sau un masterat în prezent când tot ce ai nevoie găsești la un click distanță pe Internet (I5), majoritatea respondenților nu a fost de acord cu această afirmație. Astfel,

majoritatea respondenților, respectiv 12 subiecți (dintre care 4 subiecți din generația Y studenți, 4 din generația Y foști studenți și 4 subiecți din generația X) au menționat ca fac / au făcut o facultate dintr-o motivație internă, cum ar fi: sistem de gândire complex, cu filtrarea informațiilor, capacitatea de a ști unde să cauți informațiile necesare, conexiunea cu oamenii, saltul intelectual, plăcerea de a studia, capacitatea de argumentare și gândirea critică, îndrumare și ghidaj, inteligență și cultură generală (T4);

- majoritatea respondenților, respectiv 15 subiecți (dintre care 5 subiecți din generația Y studenți, 5 din generația Y foști studenți și 5 subiecți din generația X) a menționat că au întâlnit cel puțin un profesor reper în cadrul facultății, de cele mai multe ori indicând și persoana sau materia din facultate prin care l-au întâlnit (T4);
- toți cei 20 de subiecți (dintre care 6 subiecți din generația Y studenți, 6 din generația Y foști studenți și 8 subiecți din generația X) au indicat informații clare cu privire la modelul de profesor reper ideal, indicând următoarele trăsături: bun comunicator, bun pedagog, umor, corect, răbdare, modern (tratarea studenților ca egali, metode modern de predare), realist, relaxat, autentic, deschis, competent, apropiat de studenți, pasionat, empatic, vizionar, disponibil, lider, mentor, de încredere, adaptabil, interactiv, motivator (valorizarea studentului), bun psiholog, să accepte feedback, să îi pese cu adevărat. Astfel, trăsăturile unui profesor reper ideal indicate mai sus de către subiecții intervievați au fost organizate în 6 mari categorii care s-au dovedit astfel a avea cel mai mare impact: (1) abordarea actului de predare, (2) competențe asociate meseriei, (3) competențe directe legate de materia predată, (4) comportament, (5) personalitate și (6) valori.

Prin urmare, studiul calitativ a venit să arate în plus față de cel cantitativ care este cel mai des indicat motiv pentru abandonul studiilor universitare (cursurile în sine), faptul că, dacă o valoarea percepută scăzută a facultății în sine corelează pozitiv cu o motivație academică scăzută, au fost enumerate multe aprecieri concrete cu privire la facultatea din România (bază teoretică importantă, latura practică, profesori care lucrează în domeniul în care predau, înțelegere pentru cei care lucrează, profesori apropiați de studenți sau buni pedagogi, materia, ajutor în carieră, curricula adaptată la nevoile pieței), iar majoritatea respondenților a menționat ca fac / au făcut o facultate dintr-o motivație internă, cum ar fi: sistem de gândire complex, cu filtrarea informațiilor, capacitatea de a ști unde să cauți informațiile necesare, conexiunea cu oamenii, saltul intelectual, plăcerea de a studia, capacitatea de argumentare și gândirea critică, îndrumare și ghidaj, inteligență și cultură generală. Totodată, profesorii reper s-au dovedit a fi un factor constant în amintirea respondenților, toți cei intervievați indicând cel puțin unul, conturându-se astfel și un portret al profesorului reper ideal ca fiind: bun comunicator, bun pedagog, umor, corect, răbdare, modern (tratarea studenților ca egali, metode moderne de

predare), realist, relaxat, autentic, deschis, competent, apropiat de studenți, pasionat, empatic, vizionar, disponibil, lider, mentor, de încredere, adaptabil, interactiv, motivator (valorizarea studentului), bun psiholog, să accepte feedback, să fie implicat.

Scopul principal al acestei cercetări a fost creșterea profunzimii analizei acestui fenomen al dependenței de Social Media în România, a efectelor sale asupra motivației academice a tinerilor și în cele din urmă, pe cât posibil, a creionării unui set de recomandări de bază în vederea îmbunătățirii și echilibrării stilului de viață adoptat în prezent de tânăra generație dar, mai ales, în vederea creșterii valorii percepute a educației.

Din punct de vedere al *limitelor cercetării*, în primul rând, trebuie să luăm în calcul modul de aplicare al chestionarului prin auto-raportare, ceea ce ar putea comporta un anumit grad de bias. Totodată, designul de cercetare este transversal, nu longitudinal, dar și unul corelațional, neatingând segmentul cauză-efect prin efectuarea operațiilor de regresie. De asemenea, metode statistice mai avansate ar fi putut fi utilizate, cum ar fi medierea, moderarea, Structure Equation Modelling (SEM), etc.

Una dintre limitele prezentei cercetări constă și în faptul că în studiul cantitativ eșantionul a fost de doar N=219 respondenți, după eliminarea respondenților dintr-un total de 225 a celor care nu se încadrau eșantionului dorit (respectiv cei care fie studiau în străinătate, fie nu au fost niciodată studenți), iar practic au răspuns chestionarului online un număr de 43 de indivizi din generația X (cu vârste la data aplicării chestionarului între 41 și 55+/60 de ani – născuți între anii 1960 - 1980), 151 de indivizi din generația Y (cu vârste la data aplicării chestionarului între 21 și 40 de ani – născuți între anii 1981 - 2000), și 25 de indivizi din generația Z (cu vârste la data aplicării chestionarului de maxim 20 de ani – născuți începând cu anul 2001). Pentru rezultate extinse, un număr mai mare de respondenți mai ales din categoria generației X, ar fi fost benefic.

În plus, având în vedere complexitatea matricei conceptuale, chestionarul administrat a fost relativ lung și stufos (41 de itemi principali, cu scale destul de dezvoltate pentru unii dintre ei, iar răspunsurile la întrebări erau estimate la o durată de 10-13 minute, ceea ce a condus poate la renunțarea din partea unora la a răspunde la întrebări, însă aceasta a fost o misiune asumată din start în vederea atingerii scopului principal al tezei prezente și al obiectivelor sale circumscrise.

Totodată, perioada pandemiei a fost o piedică în aplicarea instrumentelor de cercetare gândite până în acel moment (din octombrie 2017 de la începutul stagiului doctoral până în martie 2020, când pandemia Covid-19 a debutat), având în vedere că rezultatele ar fi fost compromise într-o asemenea perioadă de criză la nivel global dacă variabilele și relația lor ar fi fost măsurate într-un asemenea context non-generic, ci din contră, extrem de specific și unic. Astfel, perioada lungă în care acest studiu s-a desfășurat și finalizat poate fi considerată o

limitare și putem presupune faptul că, în condiții normale, cercetarea ar fi fost finalizată mai devreme, cu un impact poate mai ridicat.

Ca *direcții viitoare de cercetare*, ar fi recomandată extinderea analizei pe un lot mai mare de participanți. De asemenea, ar putea fi analizate comparativ sectorul universitar privat față de cel de stat, profilurile tehnice față de cele socio-umane, etc. Segmentul studenților non-tradiționali ar putea de asemenea fi analizat mai în profunzime și în România, cum ar fi cei care încep o (nouă) facultate la o vârstă mai înaintată. Desigur, noi variabile sau factori de analiză ar putea fi introduși în designul de cercetare, pe fiecare dintre cele trei segmente, cum ar fi reziliența sau încrederea în sine (pe palierul psihologic), sprijinul acordat de părinți în procesul educațional, acel concept de "shared agency" din literatura de specialitate sau climatul familial (pe segmentul socio-economic), dar și mai multe calități rezultate din profilul profesorului ideal creionat în analiza calitativă a prezentului studiu, cum ar fi pasiunea pe care o însuflă, disponibilitatea, motivarea sau valorizarea studentului și gradul său de implicare (pe segmentul instituțional).

Ca posibile direcții viitoare de cercetare se creionează în mod principal noul val de tehnologizare și utilizare a instrumentelor de inteligență artificială (AI), beneficiile pe care acestea le pot avea în mediul academic, dar și preocupările legate de posibilele sau probabilele riscuri pe care acestea le comportă.

În plus, o analiză mai atentă, similară sau îmbunătățită din punct de vedere al variabilelor și temelor cercetare ar trebui efectuată în ceea ce privește generația Z pentru a fi mai bine pregătiți pentru generația alpha (cei născuți între 2010 și 2024) care vine din urmă.

Totodată, în contextul digitalizării și al tehnologizării, au apărut studii recente care indică faptul că totuși, în mediul academic, vechile instrumente scriptice (scrisul de mână, pe foaie, cu pix, stilou sau creion) comportă beneficii superioare celor aferente instrumentelor digitale de educație pentru tineri și copii, iar creșterea utilizării digitalului în mediul academic ar trebui poate încetinită spre o tehnologie a educației sustenabilă (Selwyn, 2022). Știm deja că se vorbește despre detoxifiere digitală iar un aspect foarte important legat de tendința de a elimina în totalitate scrisul de mână, spre exemplu, într-un context actual binecunoscut în care lectura în sine este o activitate din ce în ce mai puțin practică de cei tineri, este faptul că scrisul de mână și luarea de notițe de mână se pare că sunt cele mai bune instrumente pentru un proces cognitiv sănătos (Syvertsen, 2023).

Din punct de vedere al *implicațiilor practice* și al unor posibile recomandări ce pot fi elaborate în urma finalizării studiului de față, concluziile care au reieșit din prezenta cercetare conduc mai ales către necesitatea creionării unei politici instituționale mai adaptată așteptărilor studenților din noile generații, cel puțin având în vedere spre exemplu cele 25 de critici

exprimate de respondenții studiului calitativ, enumerate din registre diferite, cum ar fi: cursuri lungi de scris de mână, profesori duri, puțină practică, lipsă de corelare cu piața (cursuri învechite, neactualizate), profesori nepregătiți sau care utilizează metode de predare lipsite de interactivitate, sistemul ID care presupune un grad ridicat de auto-motivare, orar prea încărcat, dar și din perspectiva plusurilor prezentate în studiul calitativ al facultăților din străinătate față de cele din România, cum ar fi: faptul că acolo au un loc de muncă de început asigurat la finalizarea studiilor, că se încurajează procesul de studiu individual și contribuția personală, alegerea de module cu opțiuni de schimbare, admitere mai lejeră dar urmată de un proces continuu de evaluare pe durata semestrelor, un sistem mai bun de practici și valori. În toate aceste direcții, dar nu numai, se pot gândi acțiuni de îmbunătățire a activităților academice care pot crește Motivația Academică.

În schimb, dependența de Social Media nu credem că poate fi abordată în mediul academic sau instituțional într-un mod coerent și consistent, ea ținând mai mult de aspecte ale vieții personale a individului. Vocația însă este un punct nevralgic al sistemului nostru de educație. În acest sens noi politici ar trebui elaborate atât din perspectiva formării profesorilor strict din perspectiva unei meserii vocaționale mai degrabă, decât a unui job oarecare, dar și din perspectiva elevilor și studenților în ideea că ar trebui îndrumați din timp, în mediul școlar și academic, cu atenție și competență pentru a-și descoperi și practica vocația.

Bibliografie selectivă

- Alsop, R. (2008). *The Trophy Kids Grow Up: How the Millennial Generation is Shaking Up the Workplace*. San Francisco, CA, USA: *Jossey-Bass*, 1-276
- American Psychiatric Association, DSM-5 Task Force. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5™ (5th edition)*. *American Psychiatric Publishing, Inc.*. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Andreassen C.S., Torsheim T., Brunborg G.S., Pallesen S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale, *Psychological reports*, 110(2), 501-517
- Bean, J. P. (1980). Dropout and turnover: The synthesis and test of a causal model of student attrition. *Research in Higher Education*, 12(2), 155-187
- Bean, J., & Eaton, S. B. (2001). The psychology underlying successful retention practices. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, 3(1), 73-89
- Benchea, L. (2021). Analysis on the relationship between internet use and students academic engagement. *Journal of e-Learning and higher education*. Vol. 2021 (2021), Article ID 237803, DOI: 10.5171/2021.237803
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (Vol. 4). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101
- Chelcea, S. (coord.) (2006), Psihosociologie: Teorie și aplicații, București: *Editura Economică*.
- Cismaru, D. M., & Cotei, M. E. (2018). A Romanian Radiography Of Millennials' motivational Landscape To Enter And Graduate From College. *Challenging the Status Quo in Management and Economics*, 809, Bucharest: International Conference Strategica 2018, pp. 809-822
- Cismaru, D. M., & Cotei, M. E. (2019) The Influence of Economic and Social Conditions on Millennials' Online Behavior in Romania, 302, Bucharest: *International Conference Strategica 2019*, pp. 302-317
- Curaj, A., Cismaru, D.M., Corbu, N., Fiț, R., Frunzaru, V., Gologan, D., Hâj, C.M., Mărgineanu, A., Stăvaru, A.-M., Ștefăniță, (2020). *Politici publice privind echitatea în învățământul superior: impactul burselor sociale și al locurilor speciale pentru absolvenții de licee din mediul rural*, București: Editura Comunicare.ro
- Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (2001). Extrinsic rewards and intrinsic motivation in education: Reconsidered once again. *Review of educational research*, 71(1), 1-27.

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), 182-185.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer Science & Business Media.
- Deci, E. L., Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., & Ryan, R. M. (1991). Motivation and Education: The Self-Determination Perspective. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 325-346
- Duckworth, A. (2016). *Grit: The power of passion and perseverance* (Vol. 234). New York, NY: Scribner.
- Frunzaru, V. (coord.), Pricopie, R., Corbu, N., Ivan, L. și Cismaru, D-M. (2013). *Învățământul universitar din România. Dialog cu elevi, studenți și profesori*. București: Editura comunicare.ro
- Fuchs, C. (2014). Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time. *Time & Society*, 23(1), 97-123.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: concerns, criticism, and recommendations—a response to Andreassen and colleagues. *Psychological reports*, 110(2), 518-520.
- Ivan, L., & Frunzaru, V. (2014). The use of ICT in students' learning activities. *Journal of Media Research*, 7(1/2), 3-15.
- Ivan, L., Pricopie, R., & Frunzaru, V. (2008). Decizia de a alege o facultate: raționalitate sau condiționare socială. *Revista română de comunicare și relații publice*.
- Ivan, L., Pricopie, R., Frunzaru, V., Cismaru, D.-M. & Corbu, N. (2012), The Risk of Dropping Education for Romanian High School Students. Structural Factors and Educational Policies, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 2312-2321
- Kirkpatrick, D. (2011). *The Facebook effect: The inside story of the company that is connecting the world*. New York: Simon and Schuster.
- Leovaridis, C., & Antimiu, R. (2017). Modalități de petrecere a timpului liber pentru tinerii din țara noastră. *Calitatea Vieții*, 28(3), 283-312.
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the Sociology of Knowledge* (1st edition). London, Routledge.
- Miulescu, A. (2019). The Academic Motivation Scale (AMS): Factorial Structure, Validity and Reliability of The Romanian Version. *Studia Doctoralia*, 10(1), 29-40.
- Pătruț, M. (2017). A #Col(1)ectiv(e) Romanian tragedy. A case study on social media fighting corruption. *BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, 8(1), 38-46.
- Pătruț, M., & Pătruț, B. (Eds.). (2013). *Social media in higher education: Teaching in Web 2.0*. IGI Global.
- Pătruț, M., & Stoica, V. (2019). Romanian Rezist Protest. How Facebook Helps Fight Political Corruption. *Revista de cercetare și intervenție socială*, 66, pp 214-232

- Rădulescu-Motru, C. (1935). *Vocația-factor hotărâtor în cultura popoarelor*. București: Editura Casei Școalelor.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68, 764-780.
- Schifirneț, C. (1979). Motivații și condiții ale alegerii profesiei de către studenți. *Viitorul social*, an VIII, nr. 3, p. 515-523.
- Schifirneț, C. (1985). *Generație și cultură*. București: Editura Albatros
- Schifirneț, C. (1997). *Studentul, agent al schimbării în câmpul universitar. Câmpul universitar și actorii săi*, (Coord. NECULAU A.) Iași: Polirom, 243, 231-240
- Schifirneț, C. (2004). *C. Rădulescu-Motru. Viața și faptele sale*, vol. II, București: Editura Albatros
- Schifirneț, C. (2006). *Vocația, factor de progres*. *Revista Universitară Sociologie*, nr. 2, 37-62
- Schifirneț, C. (2014). Spiru Haret, education and school legislation reform. *Revista Română de Sociologie*, XXV(3-4), 311-326.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1), 11
- Tinto, V. (1975). Dropout from higher education: A theoretical synthesis of recent research. *Review of educational research*, 45(1), 89-125.
- Tinto, V. (1992). *Student attrition and retention. The encyclopedia of higher education*, 3, 1697-1709, Oxford, England; Tarrytown: Pergamon Press.
- Tinto, V. (2017). Through the eyes of students. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, 19(3), 254-269.
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Brière, N. M., Senecal, C., & Vallières, É. F. (1993). On the assessment of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education: Evidence on the concurrent and construct validity of the Academic Motivation Scale. *Educational and psychological measurement*, 53(1), 159-172.
- Vasilendiuc, N., & Bardan, A. (2022). Mapping Twenty Years of Digital Empowerment in Romania: Limits and Challenges. *Styles of Communication*, 14(2), 67-82
- Young, J. (2016). Can library research be fun? Using games for information literacy instruction in higher education. *Georgia Library Quarterly*, 53(3), 7.
- Young, K. S. (2004) Internet Addiction. A New Clinical Phenomenon and Its Consequences, *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-415.
- Young, K. S. (2017). The evolution of Internet addiction. *Addictive Behaviors*, 100(64), 229-230.
- Zlate, M. (2009), *Fundamentele Psihologiei*, Ediția a 4-a, Iași: Editura Polirom.