

# COMUNICARE ȘI PERCEPȚIE SOCIALĂ

Volum coordonat de

Alina DUDUCIUC

Loredana IVAN

Dan Florin STĂNESCU

Tehnoredactor: CRISTIAN LUPEANU

Ilustrație copertă: LEISTUNG CREATIVE

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin Editurii COMUNICARE.RO.

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

**Editura COMUNICARE.RO**

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice

Str. Povernei, nr. 6

010643 București

România

Tel.: 021.310.07.18

[www.edituracomunicare.ro](http://www.edituracomunicare.ro)

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**Comunicare și percepție socială** / coord.: Alina Duduciuc, Loredana Ivan,  
Dan Florin Stănescu. – București: Comunicare.ro, 2016

Conține bibliografie

ISBN 978-973-711-552-2

I. Duduciuc, Alina (coord.)

II. Ivan, Loredana (coord.)

III. Stănescu, Dan Florin (coord.)

316.77

# Cuprins

*Prefață* / 7

Loredana IVAN

*Adoptarea noilor tehnologii la vârstnici. Factori explicativi* / 9

Alina DUDUCIUC

*Publicitatea adresată seniorilor:*

*portretizarea femeilor și bărbaților vârstnici în advertising* / 27

Dan Florin STĂNESCU

*Comportamente lipsite de etică în mediul academic – o analiză comparativă a percepției cadrelor didactice versus auto-raportarea studenților* / 47

Andreea BOBB

*Percepția și atribuirea moralității* / 59

Cătălina ROȘCA

*Percepția socială în leadershipul autentic din sectorul public* / 75

George TUDORIE

*Un azil prin ochii a doi clandestini* / 87

Elisa LEONTE, Georgiana MANOLE-ANDREI,

Lucian MICLIUC, Florinela Iulia MOCANU

*Stima de sine și motivația autorealizării* / 103

Alexandra ANDRONESCU, Ana-Maria BACIU,

Alexandru-Vlad BURNEI

*Efectul atractivității prenumelor pe site-urile de online dating* / 119

Mădălina Alina GOLOGAN, Gabriela Bianca ENE,

Radu Bogdan FIRĂNESCU

*Efectele autoreglării asupra performanțelor academice ale studenților, în contextul dezvoltării noilor tehnologii de comunicare* / 133

Monica MITARCĂ

*În ochiul privitorului: percepția pornografiei* / 153

Andreea BUDESCU

*Percepția socială a tatuajelor* / 175

## Prefață

Sub „umbrela” conceptelor clasice de *comunicare* și *percepție socială*, prezentul volum de studii din domeniul științelor comunicării și al celor „învecinate” (psihosociologie, antropologie, psihologie, sociologie) răspunde unei întrebări, deopotrivă, de cercetare științifică și de interes general de cunoaștere: *Ce se întâmplă cu emoțiile, cognițiile și comportamentele indivizilor sub impactul unor fenomene și aspecte sociale actuale: îmbătrânirea populației, proliferarea noilor tehnologii de comunicare, criza leadershipului, online dating-ul?*

Aceasta interogație a constituit punctul de plecare în decuparea unui număr de unsprezece teme și aserțiuni specifice de cercetare, care au fost discutate în capitole acestui volumul, respectiv: utilizarea noilor tehnologii de comunicare de către vârstnici; percepția moralității; reprezentarea bătrâneții în publicitate; leadershipul din sectorul public; percepția socială a tatuajelor și pornografiei; condiția socială a marginalilor; stima de sine și motivația autorealizării; online *dating*-ul; efectele autoreglării asupra performanțelor academice ale studenților. Nota comună a celor unsprezece capitole constă în prezentarea unor observații privind cercetările anterioare de teren și de laborator, precum și a modului în care au fost construite și operaționalizate anumite concepte și instrumente de măsurare: *Chestionarul de neonestitate academică* (Pavela și Czek, 2003); *Scala autoreglării – SQR* (Brown, Miller și Lawendowski, 1999); *Grila pentru analiza de conținut a reclamelor* (McArthur și Resko, 1975). În acest sens, volumul poate fi un ghid util pentru cei care doresc să își însușească cunoștințele de cercetare științifică în domeniu sau să elaboreze o lucrare de licență, masterat sau doctorat în ariile de studiu socio-uman.

Totodată, volumul de față s-a născut din schimbul de idei și preocupări de cercetare ale membrilor *Laboratorului de Cogniție socială și Comunicarea emoțiilor* – CSCE (director conf. univ. dr. Dan Florin Stănescu, Facultatea de Comunicare și Relații Publice, SNSPA), împărtășite colegial sau diseminate în cadrul unor conferințe, workshop-uri și sesiuni de comunicări științifice. Ne place să credem că dezbaterile colegiale au stimulat preocupările de cercetare

ale studenților noștri din moment ce volumul *Comunicare și percepție socială* cuprinde patru capitole scrise de către aceștia\*.

Nu în ultimul rând, capitolele din acest volum valorifică cercetările conchuse în cadrul laboratorului prin proiectele *Relația dintre tehnologie și vârstă: înțelegerea anxietății față de computer la persoanele vârstnice* (finanțat UEFISCDI; manager de proiect conf. univ. dr. Loredana Ivan; <http://centrucomunicare.ro/agetech/home.html>) și *Comunicarea emoțiilor prin noile tehnologii* (coordonator mini-grant lect. univ. dr. Alina Duduciuc). Enunțarea în titlul a conceptelor de „comunicare” și „percepție socială” a reprezentat doar o opțiune metodologică pentru diversitatea tematică și interdisciplinară a preocupărilor de cercetare din laboratorul CSCE, respectiv: vârstniciei și utilizarea noile tehnologii; efectele publicității asupra cognițiilor și comportamentelor indivizilor; competență emoțională și evaluare interpersonală; competență interpersonală și percepție socială; comunicarea interpersonală mediată tehnologic etc.

Apariția acestui volum s-a concretizat prin sprijinul doamnei prof. univ. dr. Nicoleta Corbu și a colectivului de redacție al Editurii Comunicare.ro. Coordonatorii volumului sunt totodată recunoscători față de contribuțiile colegilor de „breaslă” din alte universități – asist. univ. dr. Andreea Bobb (Universitatea din București) și lect. univ. dr. Monica Mitarcă (Universitatea „Dimitrie Cantemir”).

Pentru detalii, sugestii și observații, coordonatorii volumului pot fi contactați la adresele de email: [alina.duduciuc@comunicare.ro](mailto:alina.duduciuc@comunicare.ro), [loredana.ivan@comunicare.ro](mailto:loredana.ivan@comunicare.ro) și [dan.stanescu@comunicare.ro](mailto:dan.stanescu@comunicare.ro). De asemenea, vă invităm să vizitați adresa de web a laboratorului CSCE, <http://csce.centrucomunicare.ro>.

Alina DUDUCIUC  
Loredana IVAN  
Dan Florin STĂNESCU

---

\* Lucrările *Stima de sine și motivația autorealizării; Efectul atractivității prenumelor pe site-urile de online dating; Efectele autoreglării asupra performanțelor academice ale studenților, în contextul dezvoltării noilor tehnologii de comunicare; Percepția socială a tatuajelor* au fost prezentate și premiate la sesiunile de comunicări științifice ale studenților de la Facultatea de Comunicare și Relații Publice – SNSPA, respectiv *ComunicăTe2015* și *ComunicăTe 2016*.

# Adoptarea noilor tehnologii la vârstnici. Factori explicativi

Loredana Ivan

## Introducere

Procentul persoanelor vârstnice este în creștere la nivel european și în întreaga lume. Se estimează că, în 2050, numărul persoanelor de 60 de ani și peste va fi de 2 miliarde, 22% din totalul populației globului și va reprezenta grupul socio-demografic cel mai numeros (UN, 2013). Vorbim astfel de un trend accelerant al îmbătrânirii populației la nivel global, fenomen numit adesea *grandparents boom*, ca o analogie la cunoscuta expresie *baby boom* – care a definit creșterea fără precedent a ratei natalității după cel de al doilea război mondial (1946-1964).

Noul val de vârstnici are o traiectorie ușor diferită de cea întâlnită la generația de *baby boomers*: este un fenomen mult mai accentuat în Estul Europei comparativ cu țările vestice, unde acest proces a început să fie vizibil, lent, încă din anii 1970. Predicțiile demografice arată că procesul de îmbătrânire al țărilor din Estul Europei s-a derulat rapid după căderea comunismului și tinde să devină un fenomen care va putea fi greu contracarat. Conform acestor predicții, dacă se mențin actualele date demografice (speranța de viață, rata natalității, rata de înlocuire a populației etc.), România și Letonia vor deveni cele mai îmbătrânite țări ale Europei în 2040 (UN, 2013).

În prezent (vezi World Bank, 2014), șapte dintre primele cele mai îmbătrânite țări ale lumii (cu procente semnificative ale persoanelor peste 65 de ani) se află în Europa: alături de Japonia, care este țara cu cel mai ridicat procent al persoanelor vârstnice (65-74 de ani) – 26%, pe locurile următoare se află șase țări din Europa: Italia (22%); Germania (21%); Grecia (21%); Bulgaria, Finlanda, Portugalia și Suedia (fiecare

20%). Cu un procent de 17% populație cu vârstă cuprinsă între 65 și 74 de ani, România se află în prezent pe locul 26, alături de Marea Britanie și Serbia. În fapt, în primele treizeci cele mai îmbătrânite state din lume, găsim astăzi multe dintre țările europene din fostul bloc comunist.

Un alt fenomen care a cunoscut un trend ascendent în ultimii ani este proliferarea noilor tehnologii de comunicare (*Information and Communication Technologies*, ICT), avansul tehnologiilor de comunicare mobile, digitale și a comunicațiilor de tip *high-speed networks*. Infrastructura necesară dezvoltării acestor tehnologii face adesea diferența între țările cu nivel economic ridicat și cele așa-numite „în curs de dezvoltare”. *International Telecommunication Union* (ITU, 2013) estima faptul că 40% din totalul populației de pe glob are acces la tehnologiile mobile de comunicare, având de asemenea acces la internet. Desigur, numărul de subscripții la tehnologiile mobile de comunicare și accesul la internet diferă în funcție de dezvoltarea economică a țărilor analizate, fenomen etichetat în literatura de specialitate ca *digital divide*.

Accesul la tehnologie nu este „divizat” doar în funcție de dezvoltarea economică a regiunilor geografice, ci și în funcție de vârsta celor care ar putea avea acces la aceste tehnologii (Loos, Haddon și Mante-Meijer, 2012). De fapt, *digital divide* se găsește, cel mai adesea, la intersecția dintre condițiile economice, infrastructura unei țări (sau regiune geografică) și grupul de vârstă al celor analizați (Niehaves și Plattfaut, 2014). Spre exemplu, Germania, țară cu un procent semnificativ al vârstnicilor, are și una dintre cele mai ridicate valori în ce privește folosirea internetului de persoanele 65+ (aproximativ 50%), iar Suedia, aflată în primele opt în rândul țărilor îmbătrânite, are de asemenea un nivel foarte ridicat (comparativ cu media europeană) al folosirii internetului mobil de către vârstnici (peste 65%). La polul opus, țări cum ar fi Portugalia sau Bulgaria, cu un procent de peste 20% al persoanelor de 65 de ani și peste, au nivele modeste de folosire a internetului la această categorie de vârstă: aproximativ 11% Portugalia și 4% Bulgaria. Conform aceleași surse (ITU, 2013), procentul persoanelor de 65 de ani și peste care folosesc internetul în România este de 6%, cu diferențe considerabile între rural și urban.

În ciuda acestor două trenduri globale – îmbătrânirea populației și avansul noilor tehnologii de comunicare –, doar în ultimii ani studiile din domeniul ICT s-au concentrat pe vârstnici (vezi Castells *et al.*, 2006; Loos, 2011). Multe dintre studiile care privesc adoptarea noilor tehnologii au avut în centrul lor tinerii, care constituite și grupul cel mai di-



namic al utilizatorilor. Poate cea mai serioasă limită a studiilor care privesc deciziile de adoptare a noilor tehnologii de comunicare este aceea că acestea sunt fragmentare, puține au o dimensiune cros-culturală, iar studiile longitudinale lipsesc (cf. Ivan și Fernández-Ardèvol, 2013).

În cele ce urmează, voi evidenția cei mai importanți predictori ai deciziei de a utiliza noile tehnologii care au fost analizați în studiile de specialitate folosind loturi de participanți de 60 de ani și peste, în urma analizei literaturii de specialitate.

## Factori care influențează decizia vârstnicilor de a utiliza noile tehnologii

Sunt numeroase studiile care arată că noile tehnologii pot juca un rol pozitiv pentru persoanele aflate la vârsta a treia: de la menținerea contactelor cu ceilalți și reducerea sentimentelor de singurătate, aspecte legate de micro-coordonare în activitățile zilnice, menținerea contactului cu familia și prietenii aflați la distanțe considerabile, facilitarea accesului la serviciile și informațiile legate de sănătate și îngrijire, la activități legate de *leisure* și *entertainment*, petrecerea timpului liber și implicare în comunitate (Heart și Kalderon, 2013; Gell *et al.*, 2013; Luijckx *et al.*, 2015; Pesonen, Komppula și Riihinen, 2015). Există, de asemenea, evidențe empirice care arată că persoanele în vârstă au o raportare mai degrabă utilitaristă în relația cu noile tehnologii: în timp ce tinerii au o relație mai degrabă hedonistă cu folosirea noilor tehnologii – care pot influența acceptarea în grupurile de egali și recunoașterea socială, în cazul vârstnicilor alegerea unei tehnologii în detrimentul alteia este mai degrabă influențată de utilitatea suplimentară percepută (Czaja și Sharit, 1998; Charness și Boot, 2009). Vârstnicii sunt astfel mai atenți în selectarea noilor tehnologii la aspecte legate de preț, ușurință în utilizare, beneficii suplimentare relativ la vechile tehnologii folosite.

Într-un studiu recent (Lee și Coughlin, 2015), în care s-a încercat evidențierea celor mai importanți factori care intervin în ecuația deciziei de a folosi un anumit tip de tehnologie de comunicare în cazul vârstnicilor, autorii au surpins zece aspecte cheie: (1) valoarea socială percepută a respectivei tehnologii; (2) utilizarea respectivei tehnologii; (3) accesul ușor la respectiva tehnologie; (4) costurile asociate folosirii acestei tehnologii (financiare); (5) posibilitatea de a primi suport tehnic; (6) suportul social pentru adoptarea respectivei tehnologii; (7) emoțiile pozitive