

SOCIAL MEDIA - AN INTEGRAL PART OF DAILY LIFE

Associate Professor Delia TESELIOS, Ph.D.

“Constantin Brancoveanu” University of Pitești, Romania

Associate Professor Mihaela SAVU, Ph.D.

“Constantin Brancoveanu” University of Pitești, Romania

Email: ioneci_mihaela@yahoo.com

Abstract: *In a world in which the number of Internet users is steadily increasing, Social Media has become a phenomenon, being an integral part of modern society. Starting from the fact that online activities that have earned percentages in the last 5 years include the use of social networks, making simple or video phone calls and sending / receiving emails, this paper aims to present a series of Social Media issues and the impact it has on society.*

Keywords: *Social media, Internet, smartphone, Facebook.*

JEL Classification: *L82, L86.*

1. Introduction

Due to the rapid evolution of web-based technologies, to the fact that users have switched from being passive readers to active World Wide Web development, we can not talk about a commonly accepted definition of "social media".

In his work (Mayfield, 2008), Mayfield defines Social Media as a group of online media types that have some or all of the following:

- Participation: social media encourages contributions and feedback from anyone interested;
- Opening: comments, voting and information sharing are encouraged;
- Conversation: compared to traditional media where "broadcasting" means broadcast or distributed content to an audience, Social Media is seen as a two-way conversation;
- Community: social media allows the rapid formation of communities sharing common interests and rapid communication within them;
- Connection: provides the link between different resources, people, sites.

Succinct, "social media" is an "umbrella" expression under which "people, technology, communication, ideas" gather (Lake, 2009).

Social Media includes a number of applications with different functions, communication formats and basic structures, a possible grouping of Social Media platforms (Budu, 2011):

- Communication: *blogs* (weblogs: www.wordpress.com, www.blogger.com), *microblogs* (some blogs where only short texts of up to 200 characters can be posted: <https://twitter.com/?lang=ro>), *podcasts* (audio files distributed over the internet, downloadable and played on PC, laptop or mobile devices: <http://florinosoga.ro/blog/category/podcast/>), *vodcast* (video podcasts), *social networks* (<https://www.facebook.com/>, <https://www.linkedin.com/>), *forums* (<http://forum.portal.edu.ro/>), *discussion groups* (communication systems through which people with various concerns and passions, exchange information, discuss on topics of general or particular interest: <https://groups.yahoo.com/neo>, <https://groups.google.com>), *instant messaging* (WhatsApp, Skype, Yahoo! Messenger), *events* (<http://metropotam.ro/evenimente/>).

- Collaboration: *Online encyclopedias* (users can participate in content writing: Wikipedia), *Q & A* (question and answer: <http://www.answers.com/>), *favorite sites* (<http://digg.com/>).

- Multimedia: *audio* (<http://romanticfm.ro/live>), *video* (<https://www.youtube.com>), *photo* (<https://www.instagram.com/>, <https://www.flickr.com/>), *live streaming* (live broadcasts - video or audio files open and run in real-time while uploading)
- Entertainment: *online games*, *virtual worlds* (<http://secondlife.com/>).

2. Internet and Social Media in today's society

The number of Internet users is steadily rising, due to both web technology and mobile technology (Internet World Stats, 2017), thus making the transition to the Internet on mobile devices, making it easier to access the Internet.

A worldwide evolution during 2010-2017 of the number of users is presented in (Figure no. 1). There is an increase in the number of users by 23% over the period presented, in June 2017 being over 3 billion Internet users, representing 51.7% of the total population.

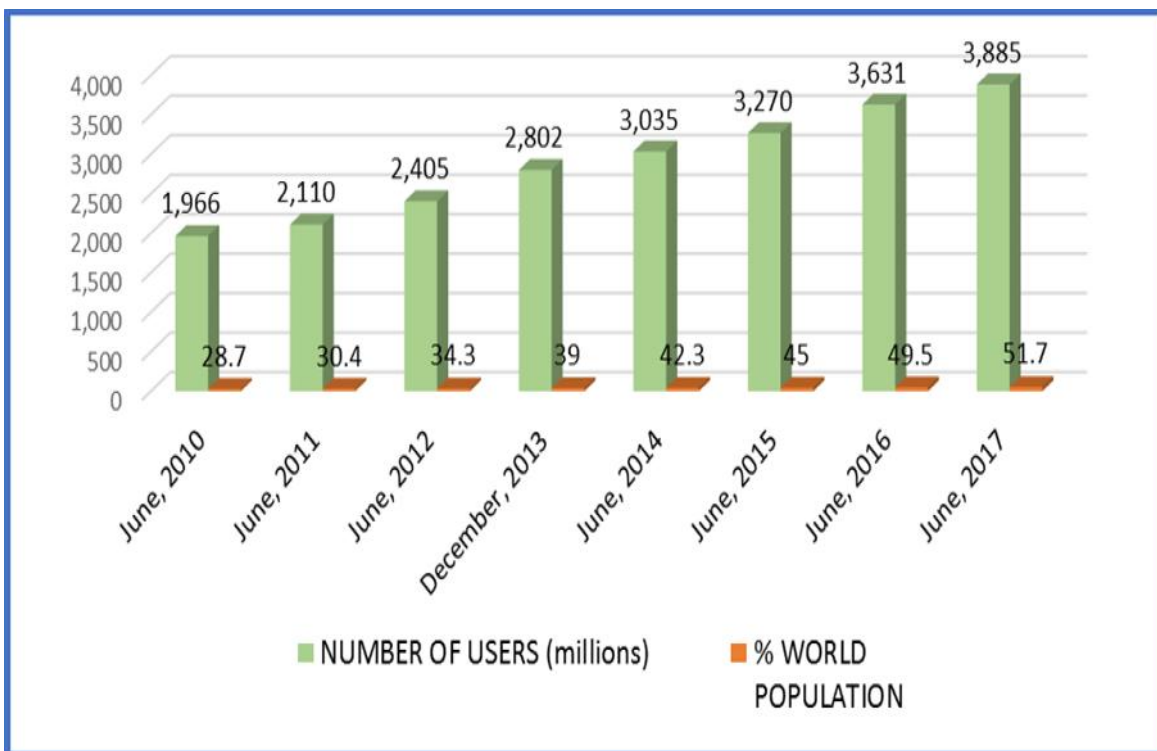


Figure no. 1. Evolution of the number of Internet users during 2010-2017

Source: Internet World Stats, 2017. *Statistic Data*. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/> [Accesed 2 October 2017].

Because Internet connection is the necessary condition for using Social Media, we are further presenting the situation of the number of Internet users on geographic regions. Thus, according to data provided by Internet World Stats, on June 30, 2017, the first place in terms of Internet users was occupied by Asia, accounting for 49.7% of the total number of users, followed by Europe with 17% total users (Table no. 1, Figure no. 2).

Table no. 1. Worldwide use of the Internet by geographic regions

World Regions	Population (2017 Est.)	Population % of World	Internet Users (30 June 2017)	Penetration Rate (% Pop.)	Internet Users %
Africa	1,246,504,865	16.60%	388,376,491	31.20%	10.00%
Asia	4,148,177,672	55.20%	1,938,075,631	46.70%	49.70%
Europe	822,710,362	10.90%	659,634,487	80.20%	17.00%
Latin America / Caribbean	647,604,645	8.60%	404,269,163	62.40%	10.40%
Middle East	250,327,574	3.30%	146,972,123	58.70%	3.80%
North America	363,224,006	4.80%	320,059,368	88.10%	8.20%
Oceania / Australia	40,479,846	0.50%	28,180,356	69.60%	0.70%
WORLD TOTAL	7,519,028,970	100.00%	3,885,567,619	51.70%	100.00%

Source: Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accessed 2 October 2017].

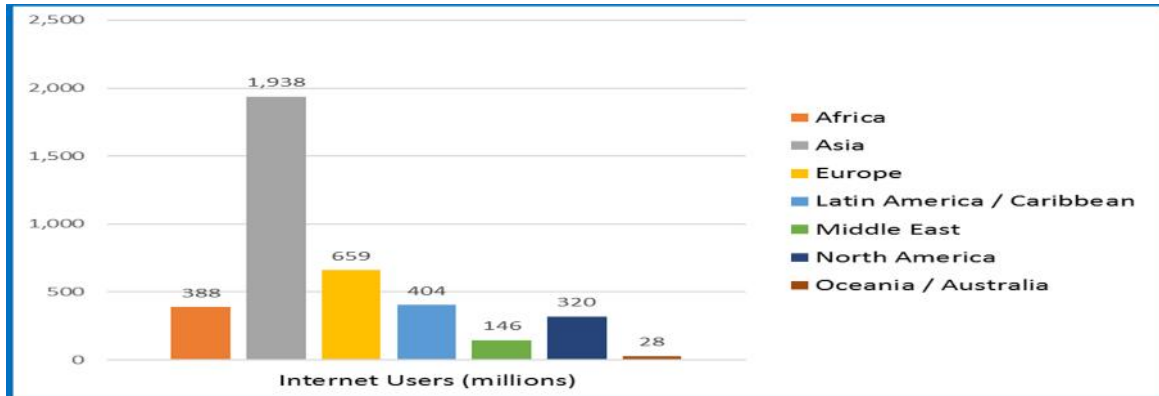


Figure no. 2. Internet users (millions of users)

Source: Made by the authors based on the data from Table no. 1.

The highest penetration rate of the Internet is present in North America (88.1%), due both to the penetration rate of smartphones among the population (78.7% in 2016, following that by 2019 to reach at 86.1%, as expected (Frederick and O'Malley, 2015) and increasingly affordable mobile internet services. Europe ranks second with 80.2% Internet users of the total population (Figure no. 3).

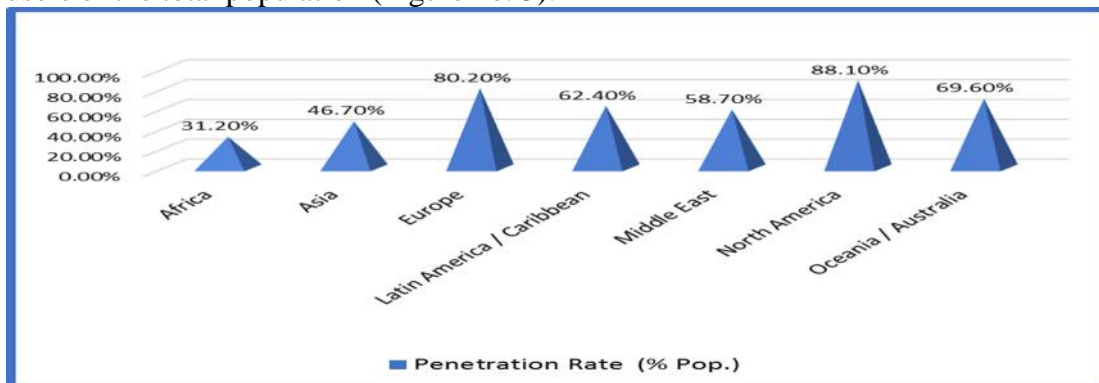


Figure no. 3. Penetration rate of the Internet (% population)

Source: Made by the authors based on the data from Table no. 1.

At the European Union level, Luxembourg (97.5%) ranked first in terms of Internet penetration rate, followed by Denmark (96.9%) and the Netherlands (94.8%). Romania ranks the penultimate place with 62.8%, with a difference of 3% from the last place occupied by Bulgaria.

Table no. 2. Internet users in the European Union

EUROPEAN UNION	Population (2017 Est.)	Internet Users 30-June-2017	Penetration (% Population)	Internet Users %
Austria	8,592,400	7,273,168	84.60%	1.70%
Belgium	11,443,830	10,060,745	87.90%	2.30%
Bulgaria	7,045,259	4,213,065	59.80%	1.00%
Croatia	4,209,815	3,133,485	74.40%	0.70%
Cyprus	1,187,575	901,369	75.90%	0.20%
Czech Republic	10,555,130	9,323,428	88.30%	2.10%
Denmark	5,711,837	5,534,770	96.90%	1.30%
Estonia	1,305,755	1,196,521	91.60%	0.30%
Finland	5,541,274	5,125,678	92.50%	1.20%
France	64,938,716	56,367,330	86.80%	13.00%
Germany	80,636,124	72,290,285	89.60%	16.70%
Greece	10,892,931	7,525,926	69.10%	1.70%
Hungary	9,787,905	7,874,733	80.50%	1.80%
Ireland	4,749,153	4,453,436	93.80%	1.00%
Italy	59,797,978	51,836,798	86.70%	12.00%
Latvia	1,944,565	1,663,739	85.60%	0.40%
Lithuania	2,830,582	2,399,678	84.80%	0.60%
Luxembourg	584,103	569,442	97.50%	0.10%
Malta	420,521	334,056	79.40%	0.10%
Netherlands	17,032,845	16,143,879	94.80%	3.70%
Poland	38,563,573	28,267,099	73.30%	6.50%
Portugal	10,264,797	7,430,762	72.40%	1.70%
Romania	19,237,513	12,082,186	62.80%	2.80%
Slovakia	5,432,157	4,629,641	85.20%	1.10%
Slovenia	2,071,252	1,563,795	75.50%	0.40%
Spain	46,070,146	40,148,353	87.10%	9.30%
Sweden	9,920,624	9,216,226	92.90%	2.10%
United Kingdom	65,511,098	62,091,419	94.80%	14.30%
Total	506,279,458	433,651,012	85.7 %	100.0 %

Source: Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accessed 2 October 2017].

Regarding the number of Internet users at the level of the European Union, Romania ranks on the 10th place with a share of 2.80% of the total number of users, with a difference of 13.9% compared to Germany which ranks the first.

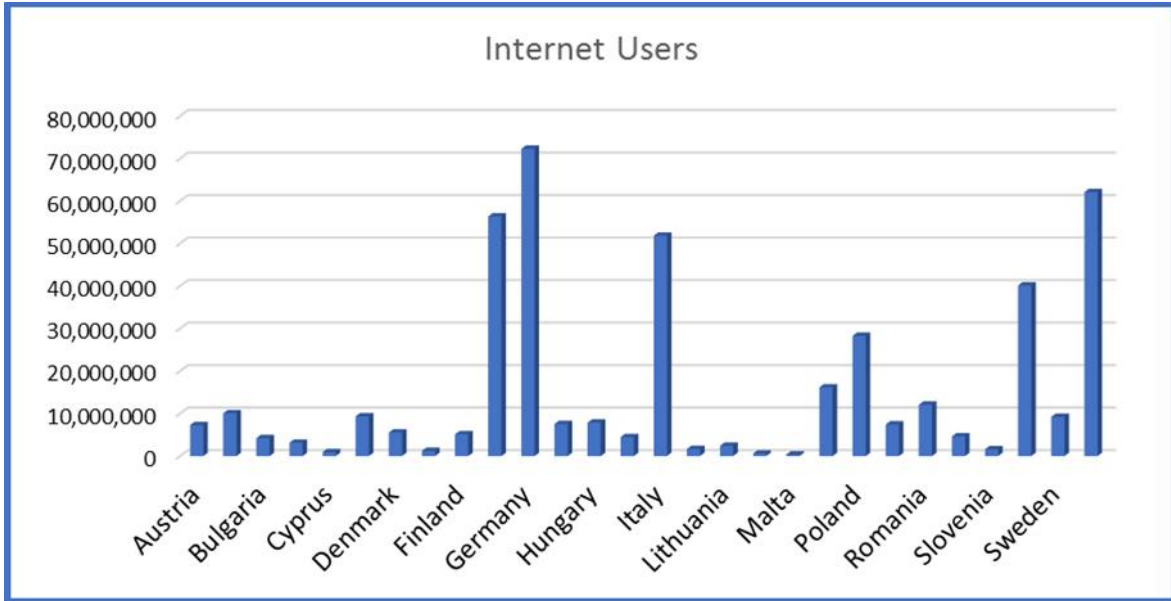


Figure no. 4. Internet users in the European Union - EU28

Source: Made by the authors based on the data from Table no. 2.

According to data provided by Eurostat (Eurostat, 2017) on 26.04.2017, at EU-28 level, the most common online activity was that of sending / receiving emails (86% of Internet users in the last 3 months), followed by finding information on goods and services (80%), reading online news (70%) and social networking (63%). Of the online activities that have earned percentages over the past 5 years, we mention: the use of social networks and making simple or video phone calls, both with a 10% increase between 2011-2016 and the use of Internet banking with an increase from 52% in 2011 to 59% in 2016.

It can be seen from Figure no. 5 that preferred activities of Internet users aged 16-24 years are represented by participation in social networks and sending / receiving emails (both with 88%) followed by tracking video content distributed by various services (e.g. YouTube, Netflix) (81%).

Sending / receiving emails is the main activity of both Internet users aged 25-54 (86%) and 55-74 years old (83%), followed to find information on goods and services, 81% being the percentage of Internet users aged 25-54 and 77% of Internet users aged 55-74 years.

Participation in social networks ranks fourth in the top preferences of Internet users aged 25-54 (64%) and the 5th in the top preferences of Internet users aged 55-74 (32%).

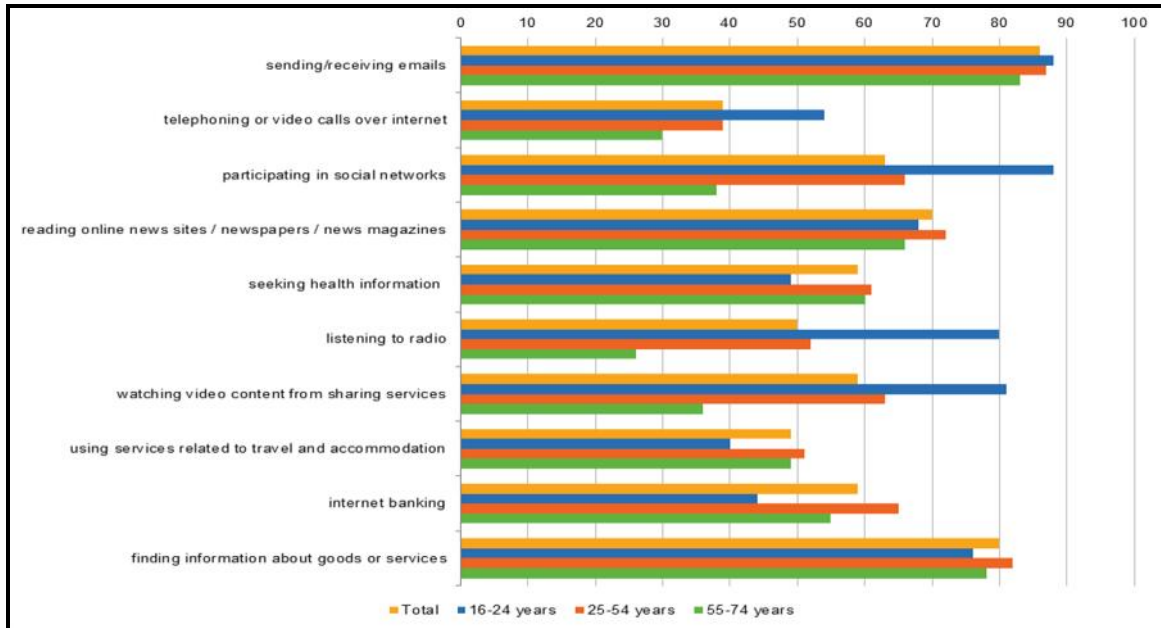


Figure no. 5. Internet activities in the past three months by age group EU-28, 2016 (% of internet users)

Source: Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Internet access and use statistics - households and individuals*. [online] Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_-_households_and_individuals [Accessed 2 October 2017].

The preferences of Internet users in Romania are shown in Table no. 3. It is noticed that the percentage of those who access the social networks is 74%, 11% above the European average, representing the preferred activity in the online environment of the Romanians. The biggest difference (51%), compared to the European average (59%), is recorded by the use of Internet banking.

The second place in the preferences of the Romanian Internet users is receiving / sending messages (70%), followed by finding information on goods and services (59%).

Table no. 3. Web activities in the last three months, April 2017 (% of internet users)

	România	EU-28
1 Preferințele utilizatorilor de Internet		
2 Urmărirea unui curs online	4	8
3 Primirea/trimiterea mesaje	70	86
4 Realizarea de apeluri telefonice sau video	45	39
5 Participarea în rețelele sociale	74	63
6 Creare website-uri sau blog-uri	6	6
7 Încărcarea conținutului auto-creat pe orice website, în scopul distribuirii	31	34
8 Găsirea informațiilor despre bunuri și servicii	59	80
9 Utilizare Internet banking	8	59
10 Călătorie și cazare	22	49
11 Vânzare bunuri și servicii	5	22
12 Căutare informații legate de sănătate	48	59
13 Materiale de învățare online	16	16
14 Comunicare cu instructori sau studenți folosind website-uri/portale educaționale	7	9
15 Jucând sau descărcând jocuri	40	34
16 Ascultare muzică	48	50
17 Urmărire conținut video distribuit de diverse servicii	25	59
18 Gestionarea unui cont de plată pentru (eventual) plata bunurilor sau serviciilor achiziționate prin internet	1	35

Source: Made by the authors based on the data available at <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> [Accessed 2 October 2017].

As a result of the interest shown by users in finding online information on goods and services, companies have increased their presence on the Internet by creating websites and by using Social Media channels to disseminate various information and / or marketing campaigns . Thus, the EU-28 average of companies (without the financial sector, with a minimum of 10 employees) that have their website and use Social Media was 41% in 2016.

The top three places are occupied by Malta with 67%, the Netherlands with 63% and Denmark with 62%. Romania ranks last with 21% (% of companies).

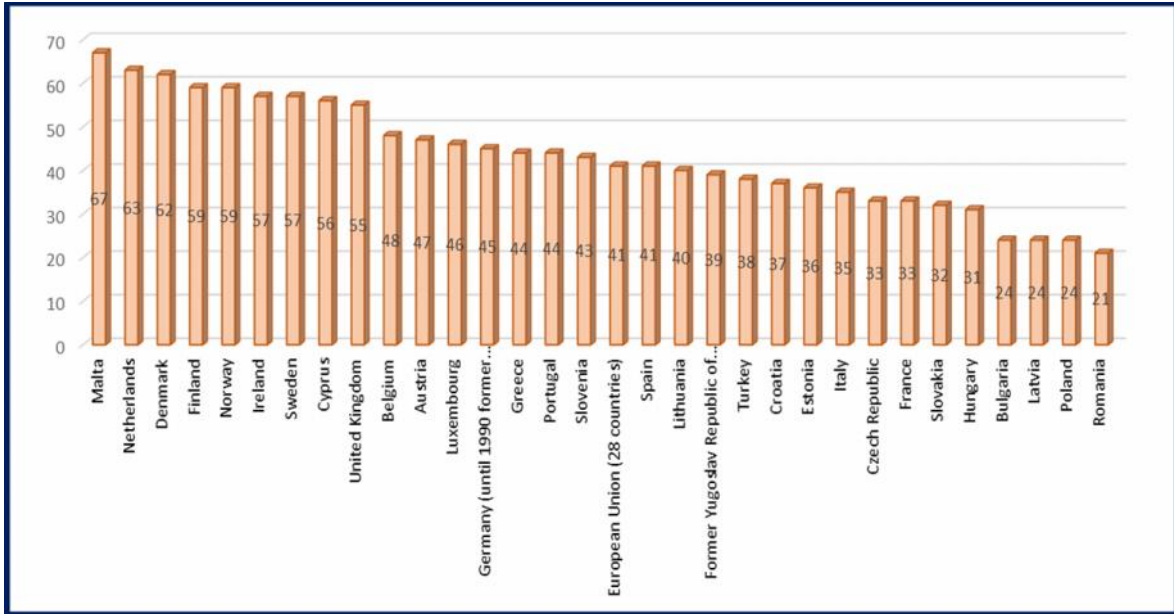


Figure no. 6. Enterprises that have website and use any type of Social Media, 2016, (% of enterprises)

Source: Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Digital economy and society statistics_-enterprises*. [online] Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises [Accesed 2 October 2017].

In the year 2016, the number of newly registered Social Media users was that of 482 million (Kemp, 2017), the total number of users, globally ,being of 2.28 billion, and in 2021, according to estimations would reach 3.02 billion (Statista, 2017).

Among the social media platforms, the most used social network is Facebook with more than 2 billion active users per month (September 2017) (Figure no. 7), to this increase in the number of users contributing the launch of the Facebook Live feature in April 2016 accessible to all mobile device users. From 2017, Facebook Live is also available on your desktop or laptop.

Purchased by Facebook Inc. in February 2015, WhatsApp instant messaging service is ranked 3rd in the rankings of the most widely used Social Media platforms, with a difference of 200 million active users to the second place ranking YouTube.

On a par with WhatsApp, in terms of the number of active users, there is Facebook Messenger, followed by Instagram (a platform acquired by Facebook Inc. in April 2012).

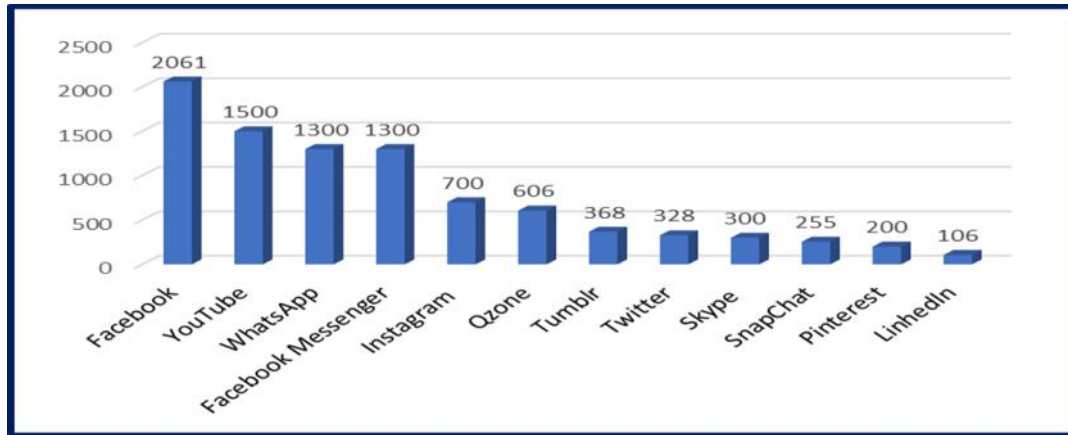


Figure no. 7. Social Media Platforms ranked by number of active users (in millions), September 2017

Source: Statista, 2017. *The Statistics Portal*. [online] Disponibil la:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [Accesat 2 octombrie 2017].

If until a few years ago accessing the Internet was mainly on the desktop or laptop, increasing sales of smartphones (due to their downsizing) led to an increase in the number of users accessing the Internet via mobile devices. Thus, if the Internet use through smartphones was 68% worldwide in 2016, it is projected to reach 79% by 2018 (Pirvu, 2016). According to data provided by Eurostat, at EU-28 level, 79% of Internet users preferred to use their smartphone for navigation, 64% preferred the laptop or the notebook, 54% preferred the computer and 44% preferred to use the tablet (Eurostat, 2017).

Globally, the number of Facebook users accessing this platform on mobile devices is estimated to reach 75.1% in 2018 (Statista, 2017).

As a result, companies, NGOs and governments everywhere see themselves compelled to optimize their mobile site, thus staying in permanent contact with the target audience.

And in Romania, Internet users prefer smartphones to the detriment of their computer or tablet for certain online activities. Thus, social networks are accessed in the ratio of 47% on the smartphone compared to 40% access on the computer. Email verification is done on the same percentage on the smartphone and computer (34%), while search engines are 44% on the computer, compared to 42% on the smartphone (Figure no. 8).

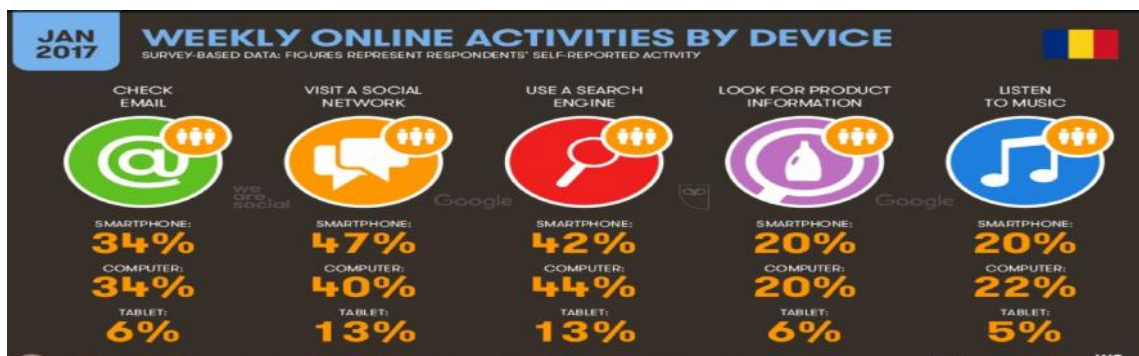


Figure no. 8. Weekly online activities by device, January 2017

Source: Hootsuite, 2017. *Digital in 2017: Eastern Europe*. [online] Available at: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe> [Accesed 2 October 2017].

3. Conclusions

Social Media has become an integral part of modern society, generating, besides the undeniable positive aspects of how people interact and share information and a number of negative aspects, some with long-term effects.

Among the positive aspects of using Social Media platforms we mention:

- Interactive communication with other users who share topics of general or private interest beyond the social boundaries
- Exchange of ideas, opinions, information within groups / communities formed on the basis of common concerns and passions
- Knowing more people
- The ability to quickly find information on events, actions
- The ability of each user to become a content creator
- Equal opportunities in terms of product promotion, engagement in an active community offered to both small businesses and large businesses without additional costs
- Social networks provide users with the ability to create a personal brand that employs their skills, talents, generating and sharing content, with the ultimate goal of generating trust.

The negative aspects of Social Media are derived, first of all, from serious abuse of users' private data. However, one should not neglect neither negative social effects, diminished self-esteem, self-confidence as a result of comparisons with others, online criticism, decreased productivity of employees accessing social networks during work hours, nor the impact on political life, on the deliberate broadcast of false news about current events. Although social media platforms are becoming more and more present in our lives, it is up to each one to draw boundaries and determine the extent to which they allow them to control their lives.

References

1. B d u, M.H., 2011. *Tehnici de comunicare în Social Media*. Bucharest: Polirom Publishing House.
2. Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Internet access and use statistics_- _households and individuals*. [online] Available at: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_- _households_and_individuals](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_-_households_and_individuals) [Accessed 2 October 2017].
3. Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Digital economy and society statistics_- _enterprises*. [online] Available at: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_- _enterprises](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises) [Accessed 2 October 2017].
4. Eurostat, 2017. *Digital economy & society in EU*. [online] Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/index.html> [Accessed 4 October 2017].
5. Eurostat, 2016. *Newsrelease 260/2016 – 20 December 2016*. [pdf] Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf> [Accessed 4 October 2017].
6. Frederick, B. i O'Malley, G., (2015). *North Americans Favor Accessing Internet Via Mobile*. [online] Available at: <https://www.mediapost.com/publications/article/258453/north-americans-favor-accessing-internet-via-mobil.html> [Accessed 4 October 2017].

7. Google Consumer Barometer, 2016. *The Internet in Numbers 2012-2016*. [pdf] Available at: https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/2379/d7130_GoogleConsumerBarometer_TheInternetInNumbers_2012-2016.pdf [Accessed 4 October 2017].
8. Hootsuite, 2017. *Digital in 2017: Eastern Europe*. [online] Available at: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe> [Accessed 2 October 2017].
9. Internet World Stats, 2017. *Statistic Data*. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/> [Accessed 2 October 2017].
10. Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Available at: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accessed 2 October 2017].
11. Kemp, S., 2017. *Digital in 2017, Global Overview*. [online] Available at: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> [Accessed 4 October 2017].
12. Lake, C., 2009. *What is social media? Here are 34 definitions*. [online] Available at: <https://econsultancy.com/blog/3527-what-is-social-media-here-are-34-definitions> [Accessed 4 October 2017].
13. Mayfield, A., 2008. *What is Social Media*. [pdf] Available at: http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf [Accessed 4 October 2017].
14. Pirvu, L., 2016. *Cum va ar ta marketingul digital în viitor: în 2017, la nivel mondial 75% din traficul pe internet va fi prin intermediul smatphone-urilor – studiu*. [online] Available at: <http://www.startupcafe.ro/stiri-ecommerce-21391660-cum-arata-marketingul-digital-viitor-2017-nivel-mondial-75-din-traficul-internet-prin-intermediul-smatphone-urilor.htm> [Accessed 4 October 2017].
15. Statista, 2017. *The Statistics Portal*. [online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [Accessed 2 October 2017].
16. Statista, 2017. *Social Media & User-Generated Content*. [online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> [Accessed 2 October 2017].
17. Statista, 2017. *Social Media & User-Generated Content*. [online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/380550/share-of-global-mobile-facebook-users/> [Accessed 2 October 2017].

SOCIAL MEDIA – PARTE INTEGRANT A VIETII COTIDIENE

Conf. univ. dr. Delia TESELIOS

Universitatea "Constantin Brâncoveanu" din Pitești, România

Conf. univ. dr. Mihaela SAVU

Universitatea "Constantin Brâncoveanu" din Pitești, România

Email: ioneci_mihaela@yahoo.com

Rezumat: Într-o lume în care numărul utilizatorilor de Internet este în continuă creștere, Social Media a devenit un fenomen, fiind parte integrantă a societății moderne. Pornind de la faptul că printre activitățile online care au câștigat procente în ultimii cinci ani se numără utilizarea rețelelor sociale, realizarea de apeluri telefonice simple sau video, precum și trimiterea/primirea de e-mail-uri, această lucrare își propune să prezinte o serie de aspecte privind Social Media și impactul pe care aceasta îl are asupra societății.

Cuvinte-cheie: Social media, Internet, smartphone, Facebook.

Clasificare JEL: L82, L86.

1. Introducere

Datorită evoluției rapide a tehnologiilor bazate pe web, a faptului că utilizatorii au trecut de la starea de cititori pasivi la construirea activă a World Wide Web-ului, nu putem vorbi despre o definiție general acceptată a termenului "social media".

În lucrarea sa (Mayfield, 2008), Mayfield definește Social Media ca fiind un grup de tipuri de media online, care au o parte sau toate caracteristicile următoare:

- Participare: social media încurajează contribuțiile și feedback-ul de la oricine este interesat;

- Deschidere: sunt încurajate comentariile, votul și schimbul de informații;

- Conversație: comparativ cu mass-media tradițională în care "difuzarea" înseamnă conținut transmis sau distribuit unei audiențe, Social Media este văzut ca o conversație în ambele sensuri;

- Comunitate: social media permite formarea rapidă de comunități care împărtășesc interese comune și comunicarea rapidă în cadrul acestora;

- Conexiune: asigură legătura între diverse resurse, oameni, site-uri.

Succint, "social media" este un termen "umbrel" sub care se adună "oameni, tehnologie, comunicare, idei" (Lake, 2009).

Social Media include o serie de aplicații cu diferite funcții, formate de comunicare și structuri de bază, o posibilă grupare a platformelor Social Media fiind (Băduț, 2011):

- Comunicare: *bloguri* (jurnale pe internet: www.wordpress.com, www.blogger.com), *microbloguri* (un fel de bloguri unde se pot posta numai texte scurte, de maxim 200 de caractere: <https://twitter.com/?lang=ro>), *podcast-uri* (fișiere în format audio distribuite pe internet, care se pot descărca și reda pe PC, laptop sau dispozitive mobile: <http://florinosoga.ro/blog/category/podcast/>), *vodcast-uri* (variante video a podcast-urilor), *rețele de socializare* (<https://www.facebook.com/>, <https://www.linkedin.com/>), *forumuri* (<http://forum.portal.edu.ro/>), *grupuri de discuții* (sisteme de comunicare prin care persoane cu diverse preocupări și pasiuni, schimb informații, discută pe baza unor teme de interes general sau particular: <https://groups.yahoo.com/neo>, <https://groups.google.com>), *mesagerie instantanee* (WhatsApp, Skype, Yahoo! Messenger), *evenimente* (<http://metropotam.ro/evenimente/>).

- Colaborare: *enciclopedii online* (utilizatorii pot participa la scrierea conținutului: Wikipedia), *Q&A* (întrebare și răspuns: <http://www.answers.com/>), *site-uri favorite* (<http://digg.com/>).

- Multimedia: *audio* (<http://romanticfm.ro/live>), *video* (<https://www.youtube.com>), *foto* (<https://www.instagram.com/>, <https://www.flickr.com/>), *live streaming* (transmisii live - fi ierele video sau audio se deschid și rulează în timp real, în timp ce se încarc)
- Divertisment: *jocuri online*, *lumi virtuale* (<http://secondlife.com/>).

2. Internet-ul și Social Media în societatea actuală

Numărul utilizatorilor de Internet este într-o continuă creștere, fapt datorat atât tehnologiei web, cât și tehnologiei mobile (Internet World Stats, 2017), fiind realizat, astfel, tranziția către Internet-ul pe dispozitive mobile, fapt ce facilitează accesarea Internet-ului.

O evoluție, la nivel mondial, în perioada 2010-2017, a numărului de utilizatori este prezentat în Figura nr. 1. Se observă o creștere a numărului de utilizatori cu 23% în decursul perioadei prezentate, în iunie 2017 fiind peste 3 miliarde de utilizatori de Internet, reprezentând 51,7% din totalul populației.

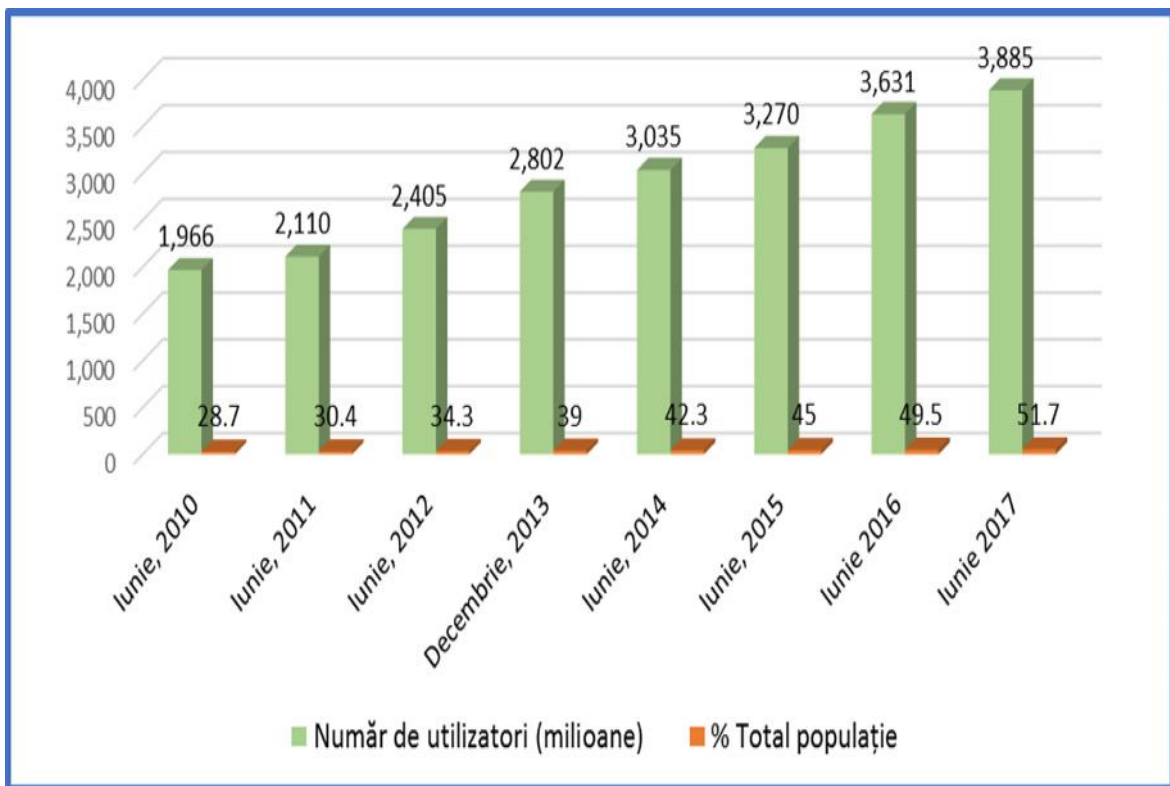


Figura nr. 1. Evoluția numărului de utilizatori de Internet în perioada 2010-2017

Sursa: Internet World Stats, 2017. *Statistic Data*. [online] Disponibil la: <http://www.internetworldstats.com/> [Accesat 2 octombrie 2017].

Deoarece conexiunea la Internet este condiția necesară pentru utilizarea Social Media, prezentăm în continuare situația pe regiuni geografice a numărului utilizatorilor de Internet. Astfel, conform datelor furnizate de Internet World Stats, la 30 iunie 2017, primul loc în ceea ce privește numărul utilizatorilor de Internet era ocupat de Asia, cu o pondere de 49,7% din numărul total al utilizatorilor, urmat de Europa, cu 17% din numărul total de utilizatori (Tabelul nr. 1, Figura nr. 2).

Tabelul nr. 1. Utilizarea la nivel mondial a Internet-ului pe regiuni geografice

Regiuni geografice	Populație (2017 Est.)	Populație (% total populație)	Utilizatori de Internet (30 iunie 2017)	Rata de penetrare a internetului (% Pop.)	Utilizatori Internet %
Africa	1,246,504,865	16,6 %	388,376,491	31,2 %	10,0 %
Asia	4,148,177,672	55,2 %	1,938,075,631	46,7 %	49,7 %
Europa	822,710,362	10,9 %	659,634,487	80,2 %	17,0 %
America Latină / Caraibe	647,604,645	8,6 %	404,269,163	62,4 %	10,4 %
Orientul Mijlociu	250,327,574	3,3 %	146,972,123	58,7 %	3,8 %
America de Nord	363,224,006	4,8 %	320,059,368	88,1 %	8,2 %
Oceania / Australia	40,479,846	0,5 %	28,180,356	69,6 %	0,7 %
TOTAL	7,519,028,970	100 %	3,885,567,619	51,7 %	100 %

Sursa: Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Disponibil la: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accesat 2 octombrie 2017].

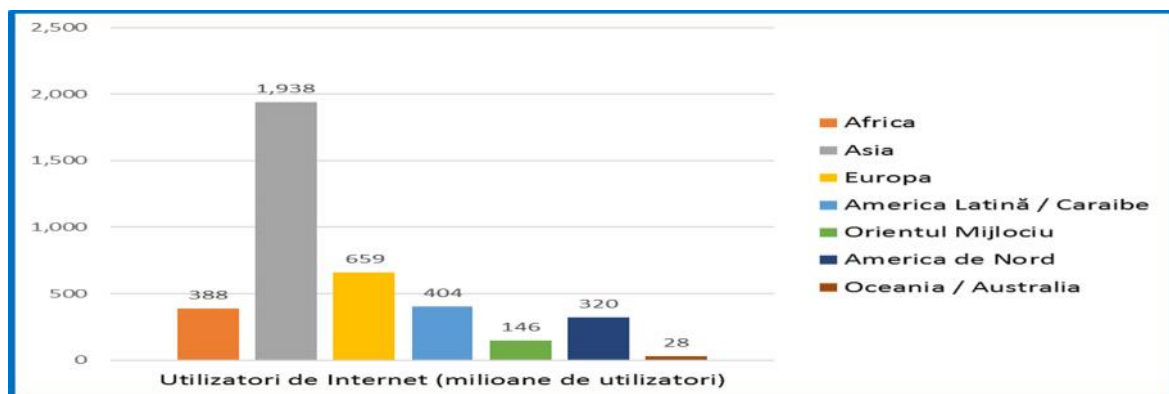


Figura nr. 2. Utilizatori de Internet (milioane de utilizatori)

Sursa: Realizat de autoare, pe baza datelor din Tabelul nr. 1

Cea mai mare rată de penetrare a Internetului este prezent în America de Nord (88,1%), fapt datorat atât ratei de penetrare a smartphone-urilor în rândul populației (78,7%, în 2016), urmând ca, până în 2019, să ajungă, conform previziunilor, la 86,1% (Frederick și O'Malley, 2015), cât și oferitelor din ce în ce mai accesibile la serviciile de Internet mobil. Pe locul al doilea se află Europa, cu un procent de 80,2% utilizatori de Internet din total populație (Figura nr. 3).

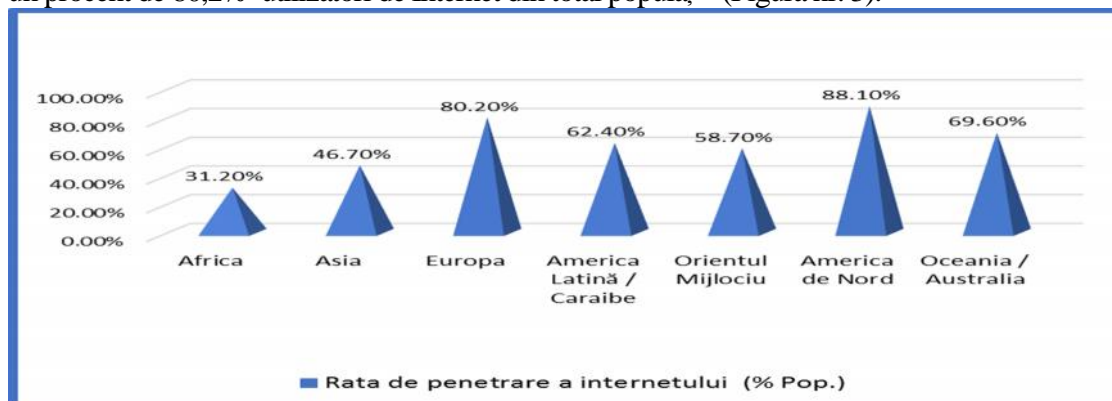


Figura nr. 3. Rata de penetrare a Internet-ului (% populație)

Sursa: Realizat de autoare, pe baza datelor din Tabelul nr. 1

La nivelul Uniunii Europene, pe primul loc în ceea ce privește rata de penetrare a Internet-ului se află Luxemburg (97,5%), urmat de Danemarca (96,9%) și Olanda (94,8%). România se situează pe penultimul loc, cu 62,8%, la o diferență de 3% față de ultimul loc, ocupat de Bulgaria.

Tabelul nr. 2. Utilizatori de Internet în Uniunea Europeană

Uniunea Europeană	Populație (2017 Est.)	Utilizatori de Internet 30 iunie 2017	Rata de penetrare a internetului (% Pop.)	Utilizatori Internet %
Austria	8,592,400	7,273,168	84,6 %	1,7 %
Belgia	11,443,830	10,060,745	87,9 %	2,3 %
Bulgaria	7,045,259	4,213,065	59,8 %	1,0 %
Croatia	4,209,815	3,133,485	74,4 %	0,7 %
Cipru	1,187,575	901,369	75,9 %	0,2 %
Republica Cehă	10,555,130	9,323,428	88,3 %	2,1 %
Danemarca	5,711,837	5,534,770	96,9 %	1,3 %
Estonia	1,305,755	1,196,521	91,6 %	0,3 %
Finlanda	5,541,274	5,125,678	92,5 %	1,2 %
Franța	64,938,716	56,367,330	86,8 %	13,0 %
Germania	80,636,124	72,290,285	89,6 %	16,7 %
Grecia	10,892,931	7,525,926	69,1 %	1,7 %
Ungaria	9,787,905	7,874,733	80,5 %	1,8 %
Irlanda	4,749,153	4,453,436	93,8 %	1,0 %
Italia	59,797,978	51,836,798	86,7 %	12,0 %
Letonia	1,944,565	1,663,739	85,6 %	0,4 %
Lituania	2,830,582	2,399,678	84,8 %	0,6 %
Luxemburg	584,103	569,442	97,5 %	0,1 %
Malta	420,521	334,056	79,4 %	0,1 %
Olanda	17,032,845	16,143,879	94,8 %	3,7 %
Polonia	38,563,573	28,267,099	73,3 %	6,5 %
Portugalia	10,264,797	7,430,762	72,4 %	1,7 %
România	19,237,513	12,082,186	62,8 %	2,8 %
Slovacia	5,432,157	4,629,641	85,2 %	1,1 %
Slovenia	2,071,252	1,563,795	75,5 %	0,4 %
Spania	46,070,146	40,148,353	87,1 %	9,3 %
Suedia	9,920,624	9,216,226	92,9 %	2,1 %
Regatul Unit	65,511,098	62,091,419	94,8 %	14,3 %
Total	506,279,458	433,651,012	85,7 %	100 %

Sursa: Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Disponibil la: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accesat 2 octombrie 2017].

În ceea ce privește numărul utilizatorilor de Internet la nivelul Uniunii Europene, România se află pe locul 10, cu o pondere de 2,80% din totalul utilizatorilor, la o diferență de 13,9% față de Germania, care ocupă primul loc (Figura nr. 4).

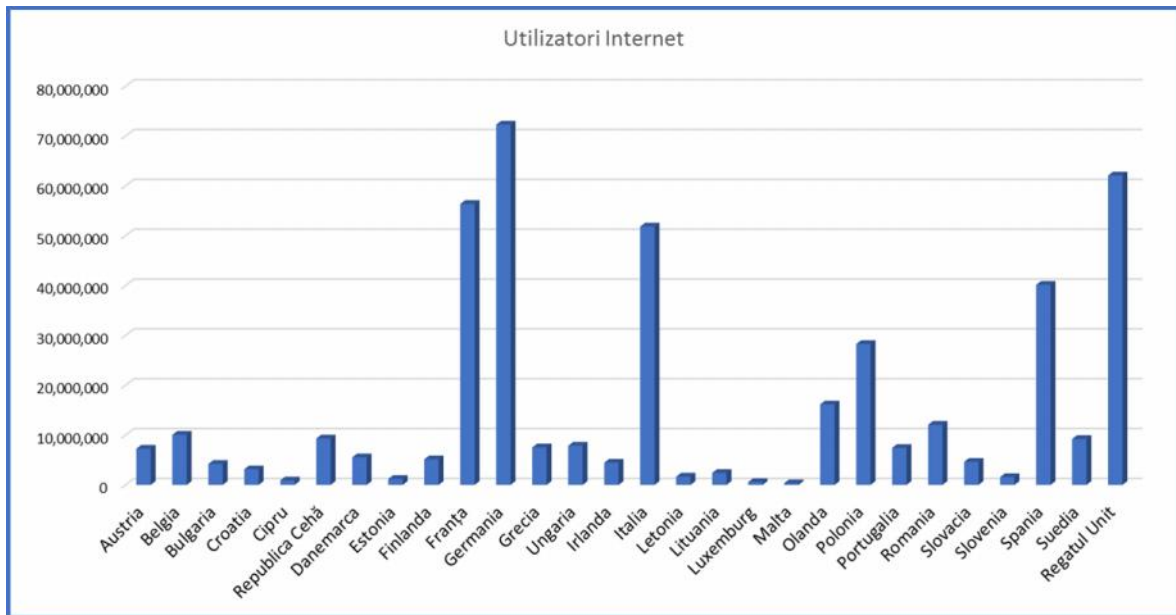


Figura nr. 4. Numărul utilizatorilor de Internet la nivelul UE-28

Sursa: Realizat de autoare pe baza datelor din Tabelul nr. 2

Conform datelor puse la dispoziție de Eurostat (Eurostat, 2017), la 26.04.2017, la nivelul UE-28, cea mai frecventă activitate online o reprezintă trimiterea/primirea de e-mail-uri (86% dintre utilizatorii Internet din ultimele 3 luni), urmat de găsirea informațiilor despre bunuri și servicii (80%), citirea știrilor online (70%) și participarea în rețelele sociale (63%). Dintre activitățile online, care au câștigat procente în ultimii 5 ani, amintim: utilizarea rețelelor sociale și realizarea de apeluri telefonice simple sau video, ambele cu o creștere de 10% în intervalul 2011-2016, precum și utilizarea Internet banking, cu o creștere de la 52%, în 2011, la 59%, în 2016.

Din Figura nr. 5 se observă că activitățile preferate ale utilizatorilor de Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 16-24 ani sunt reprezentate de participarea în rețelele sociale și de trimiterea/primirea de e-mail-uri (ambele cu 88%), urmate de urmărirea conținutului video distribuit de diverse servicii (ex. Youtube, Netflix), cu 81%.

Trimiterea/primirea de e-mail-uri este activitatea principală atât a utilizatorilor Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 25-54 de ani (86%), cât și a celor cu vârsta cuprinsă în intervalul 55-74 de ani (83%), urmat de găsirea informațiilor despre bunuri și servicii, 81% fiind procentul utilizatorilor Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 25-54 de ani și 77% procentul utilizatorilor Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 55-74 de ani.

Participarea în rețelele sociale se situează pe locul 4 în topul preferințelor utilizatorilor Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 25-54 de ani (64%) și pe locul 5 în topul preferințelor utilizatorilor Internet cu vârsta cuprinsă în intervalul 55-74 de ani (32%).

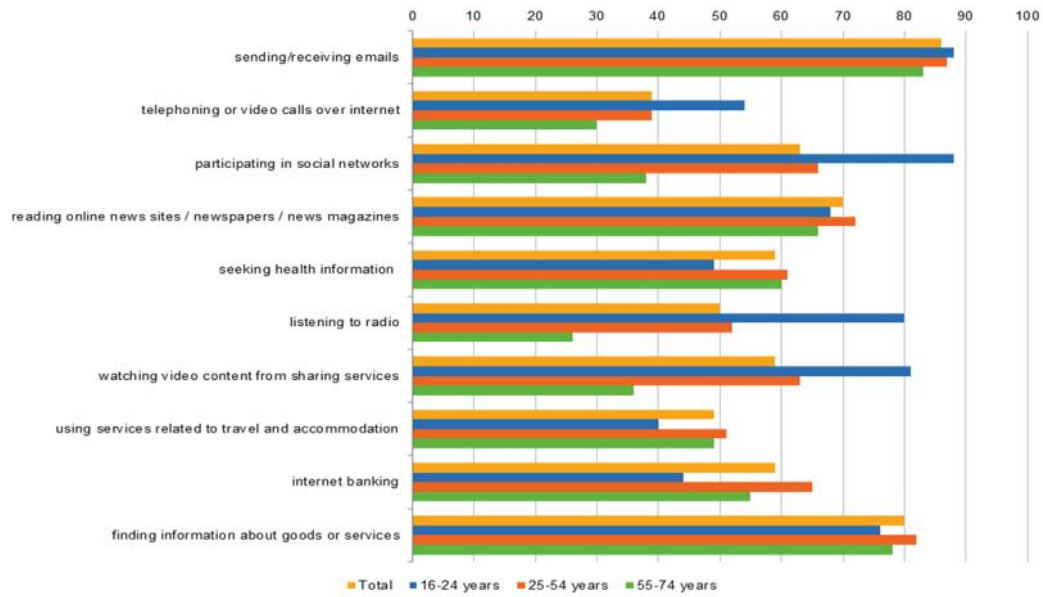


Figura nr. 5. Activități pe Internet în ultimele trei luni pe grupe de vârstă UE-28, 2016 (% dintre utilizatorii de internet)

Sursa: Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Internet access and use statistics - households and individuals.* [online] Disponibil la: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_-_households_and_individuals [Accesat 2 octombrie 2017].

Preferințele utilizatorilor de Internet din România sunt redată în Tabelul nr. 3. Se observă că procentul celor care accesează rețelele de socializare este de 74%, cu 11% peste media europeană, reprezentând activitatea preferată din mediul online a românilor. Cea mai mare diferență (51%), față de media europeană (59%), este înregistrată de utilizarea Internet banking. Pe locul doi în preferințele utilizatorilor români de Internet se află primirea/trimiterea de mesaje (70%), urmat de găsirea informațiilor despre bunuri și servicii (59%).

Tabelul nr. 3. Activități pe Internet în ultimele trei luni, aprilie 2017 (% dintre utilizatorii de internet)

	România	EU-28
1 Preferințele utilizatorilor de Internet		
2 Urmărirea unui curs online	4	8
3 Primirea/trimiterea mesaje	70	86
4 Realizarea de apeluri telefonice sau video	45	39
5 Participarea în rețelele sociale	74	63
6 Creare website-uri sau blog-uri	6	6
7 Încărcarea conținutului auto-creat pe orice website, în scopul distribuției	31	34
8 Găsirea informațiilor despre bunuri și servicii	59	80
9 Utilizare Internet banking	8	59
10 Călătorie și cazare	22	49
11 Vânzare bunuri și servicii	5	22
12 Căutare informații legate de sănătate	48	59
13 Materiale de învățare online	16	16
14 Comunicare cu instructori sau studenți folosind website-uri/portale educaționale	7	9
15 Jucând sau descărcând jocuri	40	34
16 Ascultare muzică	48	50
17 Urmărire conținut video distribuit de diverse servicii	25	59
18 Gestionarea unui cont de plată pentru (eventual) plata bunurilor sau serviciilor achiziționate prin internet	1	35

Sursa: Realizat de autoare pe baza datelor disponibile la <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.doc> [Accesat 2 octombrie 2017]

Ca urmare a interesului ar tat de c tre utilizatori în g sirea informațiilor online privitoare la bunuri i servicii, companiile i-au sporit prezența pe Internet prin crearea de website-uri i prin folosirea canalelor de Social Media pentru difuzarea diverselor informații sau/și pentru campanii de marketing. Astfel, media UE-28 a companiilor (f r sectorul financiar, cu minim 10 angajați) care au website i folosesc Social Media era, în anul 2016, de 41%. Primele trei locuri sunt ocupate de Malta, cu 67%, Olanda, cu 63% i Danemarca, cu 62%. România se afl pe ultimul loc, cu 21% din companii.

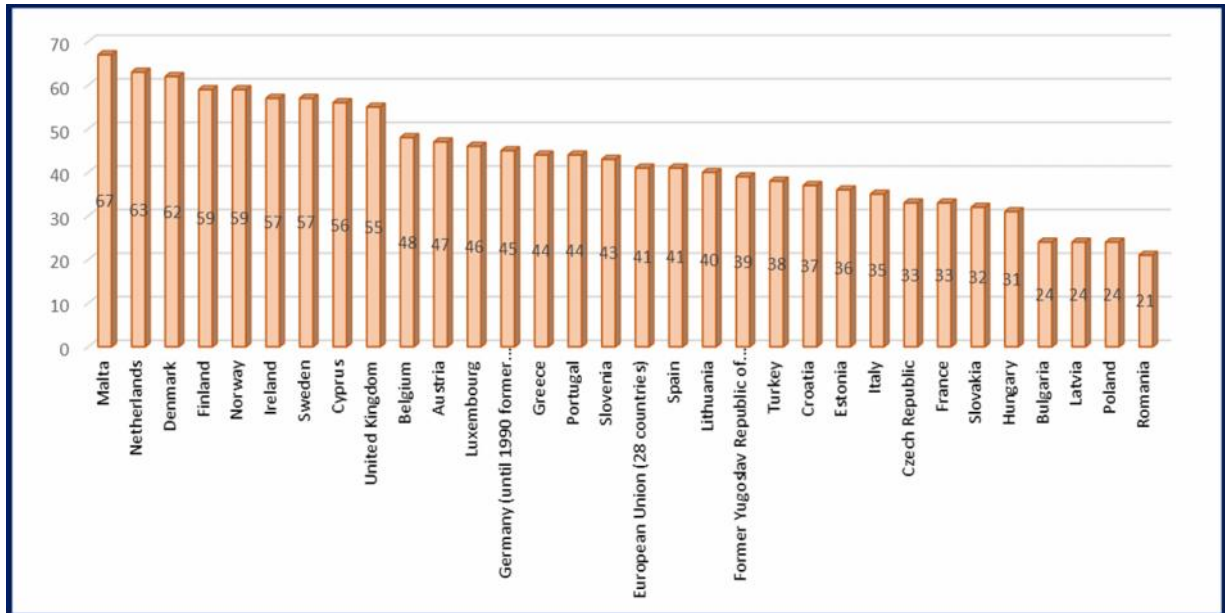


Figura nr. 6. Companii care au website i utilizează orice tip de Social Media, 2016, (% din întreprinderi)

Sursa: Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Digital economy and society statistics - enterprises.* [online] Disponibil la: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises [Accesat 2 octombrie 2017].

În anul 2016, numărul utilizatorilor de Social Media, nou înregistrați, a fost de 482 de milioane (Kemp, 2017), numărul total al utilizatorilor, la nivel global fiind de 2.28 miliarde, urmând ca în anul 2021, conform unor estimări, să ajungă la 3.02 miliarde (The Statistics Portal, [statista], 2017).

Dintre platformele de Social Media, cea mai utilizată este rețeaua de socializare Facebook, cu peste 2 miliarde de utilizatori activi lunar (septembrie 2017, Figura nr. 7), la această creștere a numărului de utilizatori contribuind și lansarea, în aprilie 2016, a funcției Facebook Live, accesibil tuturor utilizatorilor de device-uri mobile. Din 2017, Facebook Live este disponibil și de pe desktop sau laptop.

Achiziționat de Facebook Inc. în februarie 2015, serviciul de mesagerie instantanee WhatsApp deține poziția a treia în clasamentul celor mai utilizate platforme Social Media, la o diferență de 200 de milioane de utilizatori activi față de ocupanta locului doi în clasament, YouTube.

La egalitate cu WhatsApp, în ceea ce privește numărul utilizatorilor activi, se află Facebook Messenger, urmat de Instagram (platformă achiziționată de Facebook Inc în aprilie 2012).

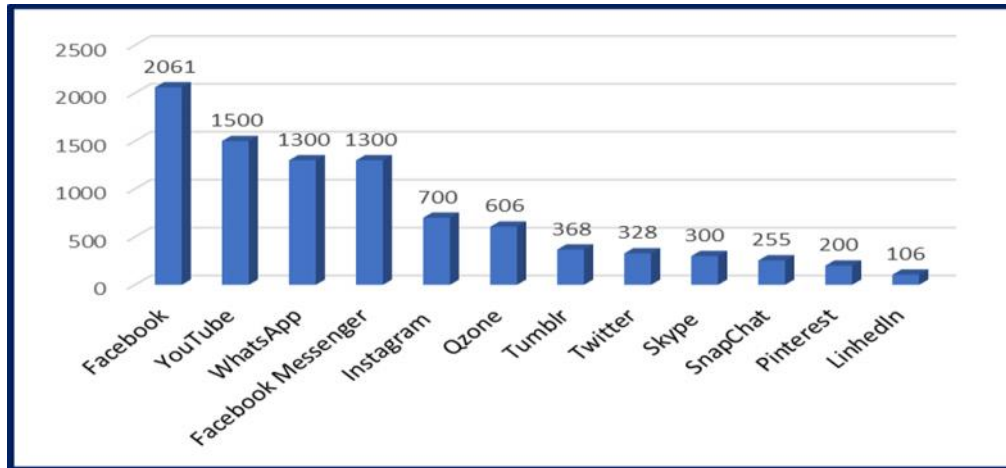


Figura nr. 7. Platforme Social Media clasificate dup numărul utilizatorilor activi (în milioane), septembrie 2017

Sursa: Statista, 2017. *The Statistics Portal*. [online] Disponibil la:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [Accesat 2 octombrie 2017].

Dacă până acum câțiva ani accesarea Internet-ului se făcea, în principal, de pe desktop sau laptop, creșterea vânzării de smartphone-uri (datorată ieftinirii acestora) a condus la creșterea numărului de utilizatori care accesează Internet-ul prin intermediul dispozitivelor mobile. Astfel, dacă în 2016, la nivel mondial, proporția de utilizare a Internet-ului prin intermediul smartphone-urilor era de 68%, până în 2018 se preconizează că va atinge 79% (Pirvu, 2016). Conform datelor puse la dispoziție de Eurostat, la nivelul UE-28, 79% dintre utilizatorii Internet au preferat să folosească smartphone-ul pentru navigare, 64% au preferat laptop-ul sau notebook-ul, 54% au preferat computer-ul și 44% au preferat să folosească tableta (Eurostat, 2017).

Se estimează că, la nivel global, numărul utilizatorilor Facebook care accesează această platformă de pe device-uri mobile, va ajunge în 2018 la 75,1% (Statista, 2017).

Urmare a acestui aspect, companiile, ONG-urile și guvernele de pretutindeni se vor obliga să își optimizeze site-ul pentru mobil, în acest fel rămânând în legătură permanent cu publicul țintă.

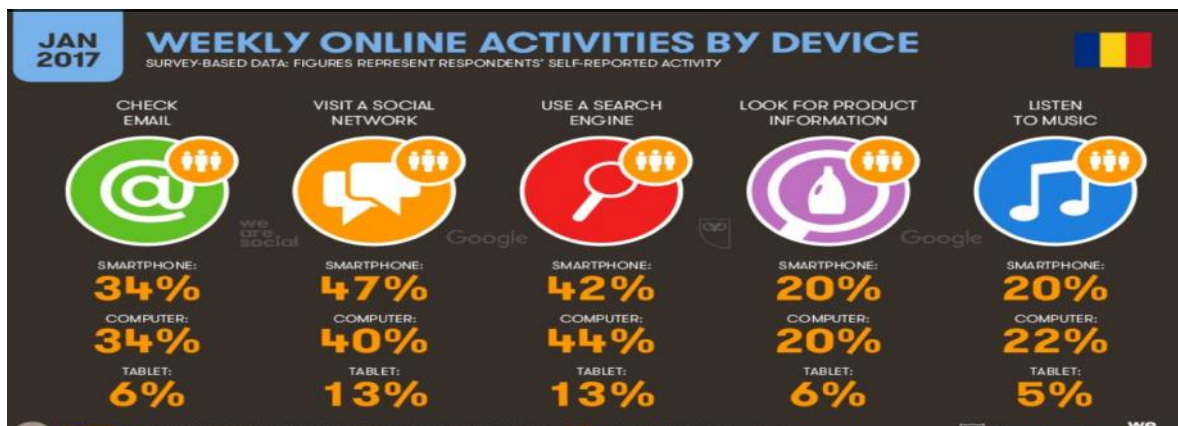


Figura nr. 8. Activități online săptămânale în funcție de device, ianuarie 2017

Sursa: Hootsuite, 2017. *Digital in 2017: Eastern Europe*. [online] Available at: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe> [Accesat 2 October 2017].

În România, utilizatorii de Internet preferă, pentru anumite activități online, smartphone-ul, în detrimentul computerului sau al tabletei. Astfel, rețelele de socializare sunt accesate, în proporție de 47%, de pe smartphone, comparativ cu 40% accesare de pe computer. Verificarea email-ului este realizată, în același procent, de pe smartphone și pe computer (34%), în timp ce utilizarea motoarelor de căutare se face, în proporție de 44%, de pe computer, față de 42% de pe smartphone.

3. Concluzii

Social Media a devenit parte integrantă a societății moderne, generând, pe lângă aspectele pozitive incontestabile legate de modul în care oamenii interacționează și împart știri și informații, și o serie de aspecte negative, unele cu efecte pe termen lung.

Dintre aspectele pozitive ale utilizării platformelor Social Media, amintim:

- ◆ Comunicarea interactivă cu alți utilizatori care au în comun teme de interes general sau particular, dincolo de limitele sociale;
- ◆ Schimbul de idei, opinii, informații în cadrul grupurilor/comunităților formate pe baza preocupărilor și pasiunilor comune;
- ◆ Cunoașterea unui număr mai mare de persoane;
- ◆ Posibilitatea de a afla rapid informații despre diverse evenimente, acțiuni;
- ◆ Posibilitatea fiecărui utilizator de a deveni creator de conținut;
- ◆ Șanse egale în ceea ce privește promovarea produselor, angajarea într-o comunitate activă, oferit atât celor care dețin mici afaceri, cât marilor întreprinderi, fără costuri suplimentare;
- ◆ Rețelele sociale oferă posibilitatea utilizatorilor de a-și crea un brand personal, care să le pună în valoare abilitățile, talentele, prin generarea și partajarea conținutului, având ca scop final generarea de încredere.

Aspectele negative ale Social Media sunt derivate, în primul rând, din abuzurile grave asupra datelor private ale utilizatorilor. Dar, nu trebuie neglijate nici efectele sociale negative, scderea stimei de sine, a încrederii în sine, ca urmare a comparațiilor cu alte persoane, a criticilor primite online, a scăderii productivității angajaților care accesează rețelele sociale în timpul programului de lucru, a impactului pe care îl au asupra vieții politice, a difuzării deliberate de știri false privitoare la evenimente curente. Cu toate că platformele de Social Media sunt tot mai prezente în viața noastră, rămâne la latitudinea fiecăruia să traseze limite și să stabilească măsura în care permite ca acestea să îi controleze viața.

Bibliografie

1. Băduț, M.H., 2011. *Tehnici de comunicare în Social Media*. București: Editura Polirom.
2. Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Internet access and use statistics - households and individuals*. [online] Disponibil la: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_-_households_and_individuals [Accesat 2 octombrie 2017].
3. Eurostat, 2017. *Statistics Explained. Digital economy and society statistics - enterprises*. [online] Disponibil la: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises [Accesat 2 octombrie 2017].
4. Eurostat, 2017. *Digital economy & society in EU*. [online] Disponibil la: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/index.html> [Accesat 4 octombrie 2017].

5. Eurostat, 2016. *Newsrelease 260/2016 – 20 December 2016*. [pdf] Disponibil la: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf> [Accesat 4 octombrie 2017].
6. Frederick, B. și O'Malley, G., (2015). *North Americans Favor Accessing Internet Via Mobile*. [online] Disponibil la: <https://www.mediapost.com/publications/article/258453/north-americans-favor-accessing-internet-via-mobil.html> [Accesat 4 octombrie 2017].
7. Google Consumer Barometer, 2016. *The Internet in Numbers 2012-2016*. [pdf] Disponibil la: https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/2379/d7130_GoogleConsumerBarometer_TheInternetInNumbers_2012-2016.pdf [Accesat 4 octombrie 2017].
8. Hootsuite, 2017. *Digital in 2017: Eastern Europe*. [online] Disponibil la: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-eastern-europe> [Accesat 2 octombrie 2017].
9. Internet World Stats, 2017. *Statistic Data*. [online] Disponibil la: <http://www.internetworldstats.com/> [Accesat 2 octombrie 2017].
10. Internet World Stats, 2017. *Internet Users and 2017 Population in North America*. [online] Disponibil la: <http://www.internetworldstats.com/stats14.htm#north> [Accesat 2 octombrie 2017].
11. Kemp, S., (2017). *Digital in 2017, Global Overview*. [online] Disponibil la <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> [Accesat 4 octombrie 2017].
12. Lake, C., (2009). *What is social media? Here are 34 definitions*. [online] Disponibil la: <https://econsultancy.com/blog/3527-what-is-social-media-here-are-34-definitions> .
13. Mayfield, A., 2008. *What is Social Media*, e-book v.1.4. [pdf] Disponibil la: http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf [Accesat 4 octombrie 2017].
14. Pirvu, L., 2016. *Cum va arata marketingul digital in viitor: in 2017, la nivel mondial 75% din traficul pe internet va fi prin intermediul smatphone-urilor – studiu*. [online] Disponibil la: <http://www.startupcafe.ro/stiri-ecommerce-21391660-cum-arata-marketingul-digital-viitor-2017-nivel-mondial-75-din-traficul-internet-prin-intermediul-smatphone-urilor.htm> [Accesat 4 octombrie 2017].
15. Statista, 2017. *The Statistics Portal*. [online] Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [Accesat 2 octombrie 2017].
16. Statista, 2017. *Social Media & User-Generated Content*. [online] Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> [Accesat 2 octombrie 2017].
17. Statista, 2017. *Social Media & User-Generated Content*. [online] Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/380550/share-of-global-mobile-facebook-users/> [Accesat 2 octombrie 2017].