PROMOTING SCHOOLS THROUGH SOCIAL MEDIA

Alexandru-Cosmin APOSTOL
"Al. Ioan Cuza" University of Iași
POSDRU scholar POSDRU/159/1.5/S/133652

Abstract: Abstract: During the last years, the number of Internet and social media services users has increased both in Romania and worldwide. In terms of socio-demographic characteristics, the main category of population exposed to the new technological and digital trends is represented by the young people between 16 and 24 years. Under these circumstances, educational institutions are developing and promoting new communications channels principally based on interactivity, which keep a close link with the youth. Through social networking and social media services such as Facebook, Youtube, Twitter, Google+ and others, the schools are sharing informations of interest - from different fields, including culture - for students, teachers and parents. The aim of this article is to briefly present some general aspects regarding on ways in which schools may benefit from using social media. In the final part is presented a brief exploratory study that reveals the ways in which rural high schools in Iasi County have adapted their online communication channels into an era of digital culture development and propagation of Web 2.0.

Keywords: social media, web 2.0, schools, young, digital culture

Introducere

Odată cu dezvoltarea și propagarea masivă din punct de vedere geografic a conexiunii la Internet, sunt dezbătut tot mai des elementele pozitive și negative care caracterizează Web 2.0, concomitent cu progresul rețelelor de socializare și a platformelor care permit furnizarea de informații sau creații/ bunuri culturale realizate chiar de utilizatori. Noțiunea, mai mult simbolică de Web 2.0 a fost introdusă de Tim O`Reilly și face referire la mutațiile pe care le-a cunoscut Internetul odată cu apariția unor servicii digitale bazate în special pe interactivitate (rețele sociale, blogosferă, servicii multimedia, diverse softuri ș.a.)[1]. Angelina Russo și Jerry Watkins[2] vorbesc despre modalitățile prin care se poate menține o interacțiune optimă între audiențe și instituțiile culturale (inclusiv cele educaționale) prin intermediul Comunicării Culturale Digitale (*Digital Cultural Communication - DCC*).

Chiar dacă odată cu această schimbare majoră se poate constata creșterea vulnerabilității privind accesul abuziv la o serie de informații personale (conturi bancare, adrese sau numere de telefon) sau relativa disipare a graniței dintre viața publică și cea privată, un număr mare de organizații își manifestă interesul pentru adoptarea și adaptarea canalelor de comunicare la noile tendințe digitale. În acest context, de remarcat este faptul că există manuale sau ghiduri de bune practici elaborate atât în sprijinul instituțiilor, cât și al indivizilor prin intermediul cărora sunt acordate sugestii privitoare la modalitățile de creștere

[1] Tim O`Reilly, „What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models fot the Next Generation of Software", articol disponibil online la adresa http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html, accesată la data de 14 februarie 2015.
[2] Angelina Russo și Jerry Watkins, „Digital Cultural Communication: Enabling new-media and co-creation in South-East Asia", *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology* (IJEDICT), 2005, Vol. 1, Issue 4, pp. 4 – 17.

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)

a securității în mediul online și de diminuare a daunelor provocate de eventualele atacuri informatice[3].

Rețelele de socializare, blogurile sau platformele de difuzare online a unui conținut multimedia pot constitui instrumente interactive utile în realizarea unei comunicări comprehensive și în timp real între unitatea educațională (reprezentată de cele mai multe ori prin echipa de management) și stakeholderi[4].

În cadrul unităților de învățământ sunt organizate activități extracurriculare, printre care se regăsesc și cele din domeniul cultural-artistic. Cu ajutorul site-urilor proprii sau prin social media acestea pot dobândi notorietate, extinzându-se spre potențiale publicuri *a priori* interesate de astfel de acțiuni.În aceste circumstanțe, nu ar trebui omisă componenta de promovare efectivă în interiorul unei comunități locale, regionale sau naționale a instituțiilor educaționale prin intermediul social media.

Astfel, utilizarea optimă a social media poate ajuta instituția de învățământ la sporirea capitalului de imagine pe care îl deține, iar menținerea unei legături adecvate și constante cu stakeholderii creează premisele pentru formularea unor activități sau acțiuni educativ-culturale de impact.

Tinerii și social media

Cea mai expusă categorie de persoane la proliferarea noilor servicii digitale este reprezentată, conform datelor statistice, de tinerii cu vârsta cuprinsă între 16 și 24 de ani. Din numărul total al gospodăriilor din România, 54,4% beneficiază, conform Institutului Național de Statistică de conexiune la Internet, iar dintre acestea numai 29,1% provin din mediul rural[5]. Conform Eurostat, organismul oficial al Uniunii Europene care se preocupă de colectarea de informații de ordin statistic pe diverse domenii de activitate, regiunea Nord-Est, din care face parte și județul Iași se situa în 2013 pe unul din ultimele locuri în ceea ce privește rata de utilizare săptămânală a Internetului în rândul populației (43%) depășind la nivelul Uniunii Europene doar alte două regiuni din România, Sud-Vest Oltenia (41%) și Centru (40%)[6]. Același institut a relevat faptul că în 2013, 63% dintre tinerii din România care au o vârstă cuprinsă între 16 și 24 de ani utilizau zilnic internetul, iar 36% distribuiau în mediul online creații sau bunuri cultural-creative proprii[7].

Conform catalogului de pagini Facebrands.ro, în România în ianuarie 2015 existau aproximativ 7,8 milioane de utilizatori de Facebook, ceea ce s-ar putea traduce printr-o rată de penetrare a rețelei de socializare în rândul populației totale de 38,76%. Totodată, această rată crește semnificativ în rândul utilizatorilor de Internet, 80,89% dintre aceștia deținând și un cont de Facebook. La o analiză pe structuri de vârstă, se observă că 11,7% dintre utilizatori au între 13 și 17 ani, 25,6% au vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani, iar 29,9% au între 25 și 34 de

[3] Un exemplu de astfel de ghid este accesibil la adresa https://www.bluecoat.com/sites/default/files/documents/files/bcs_tp_Web20_v3b.pdf, accesată la data de 13 februarie 2015. La acestea se adaugă și alte laboratoare specializate în securitate informatică și care se ocupă preponderent de furnizarea de soluții antivirus.

[4] Dan Cox și Scott McLeod, „Social Media Strategies for School Principals", *NASSP Bulletin*, SAGE Publications, 2014, Vol. 98 (I), pp. 5-25.

[5] Cf. Comunicatului de Presă Nr. 283 din 28 noiembrie 2014 – *Accesul populației la tehnologia informațiilor și comunicațiilor în anul 2014* – Cercetare statistică privind accesul populației la tehnologia informațiilor și comunicațiilor în gospodării (TIC), accesat online: http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/tic/tic_r2014.pdf, la data de 28 nov. 2014

[6] http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do?dvsc=3, accesat la data de 12 februarie 2015.

[7] www.eurostat.ec.europa.eu

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)

ani[8]. Începând din 2011, an de an tendința a fost una de creștere a numărului de noi profile create, același fenomen având loc și în ceea ce privește numărului de pagini românești (create special pentru diverse instituții, organizații din sfera publică sau privată, artiști ș.a.). Astfel, în numai patru ani numărul de persoane care și-au construit un profil pe Facebook s-a triplat, de la 2,4 milioane în ianuarie 2011, la 7,6 milioane în ianurie 2015[9].

Studii anterioare privind utilizarea social media în mediul educațional

Tehnologiile Web 2.0 (care includ și rețelele de socializare) tind să devină componente uzuale ale mediului educațional, cu atât mai mult cu cât „nativii digitali"[10] sau Generația Y (compusă din indivizii născuți după mijlocul anilor 1980) reprezintă principala categorie de populație prezentă activ în mediul virtual[11].

Conform unui studiu desfășurat în 2011 în Statele Unite ale Americii, pe un eșantion alcătuit din 111 unități de învățământ, în 98% din cazuri existau pagini de Facebook special create pentru promovarea activităților din școală. Totodată, 9 din 10 școli aveau constituite canale oficiale de Youtube[12]. Un alt studiu, desfășurat de această dată în Republica Moldova în anul 2013 a relevat faptul că doar aproximativ 17% dintre instituțiile de educație sau învățământ din această țară aveau un website propriu. Din cele 1447 de instituții preuniversitare monitorizate, doar 14% dețineau un cont pe o rețea de socializare, preferat fiind Facebook[13].

Acestea ar fi doar două exemple de studii relevante, fiind subliniat interesul de cercetare legat de prezența în social media a instituțiilor de învățământ, indiferent dacă vorbim despre o superputere mondială ca Statele Unite ale Americii sau de un stat care se află într-o perioadă dificilă și îndelungată de tranziție socio-economică precum Republica Moldova.

Analiză exploratorie

Scopul principal al analizei este aceea de a evidenția o serie de aspecte generice privitoare la modalitățile prin care unitățile educaționale de tip liceal din zona rurală a județului Iași, s-au adaptat la noile tendințe digitale.

La nivelul mediului rural din județul Iași, există 26 de licee[14], 24 dintre acestea fiind orientate pe o filieră tehnică (licee tehnologice, majoritatea fiind continuatoare a fostelor Școli

[8] Date preluate de pe site-ul http://www.facebrands.ro/demografice.html#evolutie, accesat la data de 12 februarie 2015.

[9] https://www.facebrands.ro/blog/2015/01/7-6-m-conturi-utilizatori-facebook-romania/, accesat la data de 12 februarie 2015.

[10] Marc Presnsky, „Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, No. 5, October 2001, pp.2 – 6.

[11] Albert L. Harris și Alan Rea, „Web 2.0 and Virtual World Technologies: A Growing Impact on IS Education", *Journal of Information Systems Education*, Vol. 20 (2), pp. 137-144.

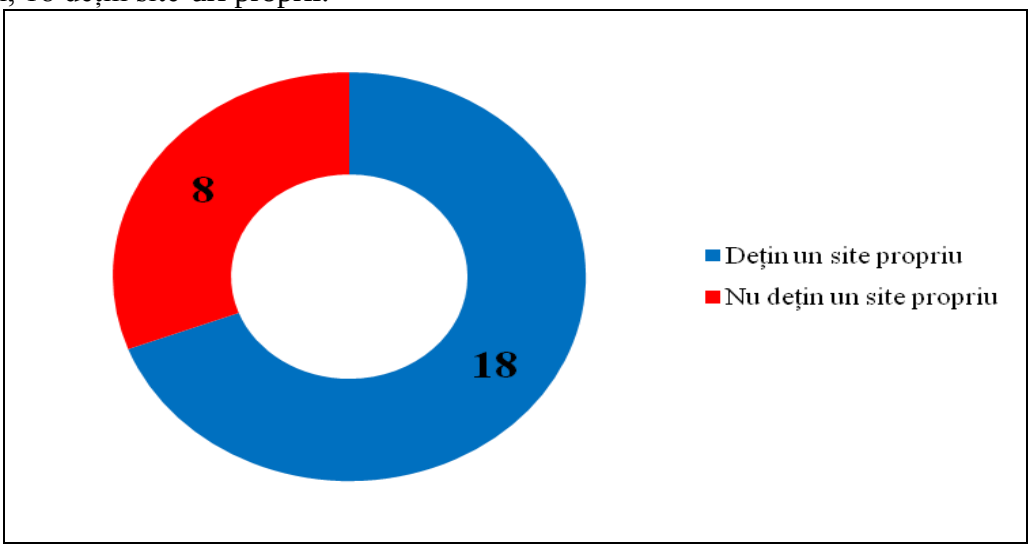
[12] http://doteduguru.com/id6927-results-the-state-of-higher-ed-social_media-2011.html, accesat la data de 13 februarie 2015.

[13] Studiu realizat de Institutul de Dezvoltare a Societății Informaționale și prezentat pe site-ul http://idsi.md/prezenta-web-institutii-invatamint, accesat la data de 11 februarie 2015.

[14] Cele 26 de unități educaționale din zona rurală a județului Iași sunt: Liceul Tehnologic Vlădeni, Liceul Tehnologic "Ionel Teodoreanu" Victoria, Liceul Tehnologic Valea Seacă, Liceul Tehnologic "Petre P.Carp" Țibănești, Liceul Tehnologic de Industrie Alimentară Țibana, Liceul Tehnologic Tătărași, Liceul Tehnologic Stolniceni-Prăjescu, Liceul Tehnologic "Nicolae Bălăuță" Șcheia, Liceul Teoretic "Lascar Rosetti" Raducăneni, Liceul Tehnologic Plugari, Liceul Tehnologic "Dumitru Popa" Mogoșești, Liceul Tehnologic Agricol "Mihail Kogalniceanu" Miroslava, Liceul Tehnologic Lungani, Liceul Tehnologic Lespezi, Liceul Tehnologic Holboca, Liceul Teoretic "Bogdan Vodă" Hălăucești, Liceul Tehnologic Gropnița, Liceul Tehnologic Focuri, Liceul Tehnologic Fântânele, Liceul Tehnologic Dumești, Liceul Tehnologic Cristești, Liceul Tehnologic Cozmești, Liceul Tehnologic "Ștefan Cel Mare" Cotnari, Liceul Tehnologic Coarnele Caprei, Liceul Tehnologic Brăești,

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)

de Arte şi Meserii), iar două pe filieră teoretică. Din cele 26 de unități educaționale supuse analizei, 18 dețin site-uri proprii.



Unități educaționale din zona rurală a jud. Iași care dețin un site

Din cele 18 instituții de învățământ care au un website oficial, doar 5 sunt înființate pe un domeniu *.ro,* restul fiind construite prin intermediul altor platforme sau domenii (domeniul *.info*, serviciile și platformele *wix, ucoz, scoli.didactic.ro, licee.edu.ro* ș.a.).

La o analiză generală a modului în care se prezintă site-urile sub aspect vizual și informațional, se constată că o mare parte a acestora sunt relativ slab optimizate și nu conțin suficiente date legate atât de proiectele educaționale, civice sau culturale, cât și de activitățile extracurriculare întreprinse în decursul anului școlar. În numeroase situații aceste tipuri de acțiuni sunt doar enumerate, fără a se pune un accent deosebit pe informații comprehensive care ar putea fi de interes pentru o potențială audiență externă. Există însă cazuri în care sunt atașate fotografii de la diverse activități culturale (piese de teatru, serbări), civice (în special acțiuni de salubrizare a unor arii) sau recreaționale (excursii, tabere, vizite la situri culturale).

Totuși, în majoritatea situațiilor analizate există informații privitoare la anumite elemente de bază ce vizează cultura organizațională a instituției de învățământ – scurt istoric, misiune, viziune, motto, resurse umane, organigramă, regulamente interne etc.

Legat de activitățile cultural-creative se remarcă faptul că există situații în care sunt promovate:

- Reviste școlare (Liceul Tehnologic "Ionel Teodoreanu", Victoria)
- Cercuri sau trupe de teatru (Liceul Tehnologic "Ionel Teodoreanu", Victoria; Liceul Tehnologic, Holboca).
- Cluburi de lectură sau concursuri de creație în domeniul literar (Liceul Teoretic "Lascar Rosetti", Raducăneni; Liceul Tehnologic, Focuri)
- Muzee școlare, cu specific etnografic (Liceul Tehnologic, Tătăruşi; Liceul Tehnologic "Nicolae Bălăuță", Șcheia)
- Cerc de religie și pictură (Liceul Tehnologic, Focuri)

Din cele 26 de licee supuse analizei, în 12 cazuri au fost create pagini de Facebook[15]. Din rândul acestora, un număr ridicat de likeuri (aprecieri) sunt deținute de cele două licee teoretice - Liceul Teoretic "Lascar Rosetti" Raducăneni (1298 de aprecieri) și Liceul Teoretic

Liceul Tehnologic "Victor Mihăilescu Craiu" Belceşti (conform Inspectoratului Județean Iași – www.isjiasi.ro, accesat la data de 13 februarie 2015)

[15] Datele privind numărul de aprecieri ale paginilor instituțiilor de învățământ analizate corespund datei de 13 februarie 2015.

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)

"Bogdan Vodă" Hălăuceşti (835 de aprecieri). Se mai remarcă Liceul Tehnologic Tătăruşi care deține o pagină normală, creată după modelul profilelor individuale și care are 516 prieteni, Liceul Tehnologic Agricol "Mihail Kogalniceanu" Miroslava (2275 prieteni) precum și Liceul Tehnologic "Ionel Teodoreanu" Victoria care și-a construit un grup alcătuit din 400 de membri. În restul cazurilor, numărul de aprecieri este unul scăzut, cu un număr mediu de aproximativ 30 de aprecieri.

Pe parcursul analizei, au fost identificate șapte unități educaționale care dețin video-uri de prezentare pe Youtube, respectiv două instituții de învățământ care au bloguri.

Se evidențiază că există un oarecare interes (care se situează între anumite limite) din partea liceelor din mediul rural din județul Iași pentru diverse servicii media precum Facebook, Youtube, Blogspot ș.a, cu atât mai mult cu cât prin intermediul lor ar putea fi facilitat procesul comunicațional cu stakeholderii (elevi, părinți, cadre didactice și alte persoane interesate). Totodată, sunt distribuite informații, fotografii sau materiale de interes de la diverse activități cultural-educative ce pot contribui la creșterea notorietății respectivelor instituții. Cu toate acestea, sunt observabile numeroase aspecte pentru care sunt necesare îmbunătățiri, în special legate de frecvența cu care sunt actualizate informațiilor furnizate prin intermediul rețelelor de socializare și a altor servicii media.

Concluzii

Utilizarea unor rețele de socializare ar putea înlesni comunicarea și colaborarea pe diverse paliere educaționale între elevi, părinți și cadre didactice. Totodată, social media poate fi o bună sursă de răspândire a unor materiale didactice sau a unor informații relevante ce vizează activitățile extracurriculare. O parte din conținut poate fi produsă chiar de tineri, fiind dezirabilă – spre exemplu - organizarea de competiții sau concursuri de creație (fotografii, desene, eseuri etc.) prin care să fie întreținut un grad ridicat de interactivitate.

Însă, există obstacole și provocări legate de gestionarea unor conturi în astfel de rețele ce țin în principal de gradul de cunoștințe necesare pentru utilizarea la un nivel optim a tuturor facilităților oferite de social media. În numeroase situații, chiar dacă există un cont, acesta ar trebui actualizat regulat astfel încât persoanele abonate să nu-și piardă interesul față de informațiile furnizate.

Așadar, social media deține o importantă caracteristică, aceea de a oferi instrumente și resurse de furnizare a unor informații valoroase din punct de vedere calitativ legate de activitățile și ofertele cultural-educaționale ale unităților de învățământ.

Mulțumiri/ Aknowledgements

Această lucrare a fost publicată cu sprijinul financiar al proiectului „Sistem integrat de îmbunătățire a calității cercetării doctorale și postdoctorale din România și de promovare a rolului științei în societate”, POSDRU/159/1.5/S/133652, finanțat prin Fondul Social European, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013. This work was supported by the strategic grant POSDRU/159/1.5/S/133652, co-financed by the European Social Fund within the Sectorial Operational Program Human Resources Development 2007 – 2013.

Referințe bibliografice

COX, Dan, MCLEOD, Scott, „Social Media Strategies for School Principals”, *NASSP Bulletin*, SAGE Publications, 2014, Vol. 98 (I), pp. 5-25.

HARRIS, Albert L., REA, Alan, „Web 2.0 and Virtual World Technologies: A Growing Impact on IS Education”, *Journal of Information Systems Education*, Vol. 20 (2), pp. 137-144.

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)

O`REILLY, Tim, „What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models fot the Next Generation of Software", articol disponibil online la adresa http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html, accesată la data de 14 februarie 2015.

PRESNSKY, Marc, „Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, No. 5, October 2001, pp.2 – 6.

RUSSO, Angelina, WATKINS, Jerry, „Digital Cultural Communication: Enabling new-media and co-creation in South-East Asia", *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology* (IJEDICT), 2005, Vol. 1, Issue 4, pp. 4 – 17.

*Prezenţa web a instituţiilor din educaţie şi învăţământ din Republica Moldova***,** studiu realizat de Institutul de Dezvoltare a Societății Informaționale din Republica Moldova și prezentat pe site-ul http://idsi.md/prezenta-web-institutii-invatamint, accesat la data de 11 februarie 2015.

https://www.bluecoat.com/sites/default/files/documents/files/bcs_tp_Web20_v3b.pdf, accesată la data de 13 februarie 2015.

Comunicatul de Presă Nr. 283 din 28 noiembrie 2014 – *Accesul populației la tehnologia informațiilor și comunicațiilor în anul 2014* – Cercetare statistică privind accesul populației la tehnologia informațiilor și comunicațiilor în gospodării (TIC), accesat online: http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/tic/tic_r2014.pdf, la data de 28 nov. 2014

http://doteduguru.com/id6927-results-the-state-of-higher-ed-social__media-2011.html, accesat la data de 13 februarie 2015.

https://www.bluecoat.com/sites/default/files/documents/files/bcs_tp_Web20_v3b.pdf, accesată la data de 13 februarie 2015.

www.eurostat.ec.europa.eu

http://www.facebrands.ro/

Site-ul oficial al Inspectoratului Școlar Județean Iași, www.isjiasi.ro .

Site-urile oficiale și paginile de Facebook ale instituțiilor de învățământ din zona rurală a județului Iași

BDD-A21992 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-19 12:13:25 UTC)