

MIJLOACELE DE INFORMARE ÎN MEDIUL UNIVERSITAR

Tasențe, Tănase¹, Nicoleta, Ciacu²

Rezumat: Cercetarea își propune să abordeze aspectele referitoare la utilizarea noilor tehnologii Web 2.0 și Web 3.0 în informarea din mediul universitar. Ne propunem să identificăm opiniile studenților cu privire la mijloacele de informare utilizate de universități, frecvența de accesare a website-urilor și a paginilor oficiale de Facebook ale universităților. Un alt obiectiv al studiului vizează investigarea modului de interacțiune a studenților pe paginile oficiale de Facebook ale universităților. Metoda de cercetare utilizată este un chestionar online pe un eșantion format din 100 de studenți de la specializările de Jurnalism, Comunicare și Relații Publice de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești, Centrul universitar Brăila și de la Universitatea „Andrei Șaguna” din Constanța. Rezultatul relevant al cercetării este dat de faptul că în ciuda accesării frecvente a paginii de Facebook a instituției lor de învățământ, feedback-ul studenților este unul modest, doar 35% au recurs la o formă simplistă de feedback, like-ul. Informarea este o verigă importantă în procesul de creare și menținere a imaginii organizaționale, din acest motiv, investigarea mijloacelor de informare utilizate de universități în contextul noilor tehnologii devine parte din strategia universitară.

Cuvinte cheie: universitate, studenți, internet, site, facebook

Clasificarea JEL: Z

1. Contextul cercetării

Utilizarea internetului și a noilor tehnologii informaționale și comunicaționale a devenit extrem de importantă în strategia de comunicare și promovare a oricărei universități. Comunicarea în mediul universitar constituie unul dintre elementele de bază pe care se construiește relația student – profesor – universitate. Motivația abordării comunicării realizate de universități pornește de la premisa că de cele mai multe ori performanțele studenților în procesul de învățare și în cel de integrare în mediul universitar sunt determinate de modul în care se realizează informarea de către universități.

Din punct de vedere teoretic, plasăm comunicarea realizată între o universitate și studenții săi în Modelul comunicării bilaterale simetrice (Two-Way Symetric Model). Modelul propus de James Grunig și Todd Hunt în 1984 se bazează pe „crearea înțelegerii mutuale între managementul unei organizații și publicurile pe care acea organizație le afectează” (Pricopie R., 2011). Astfel, feedback-ul este folosit nu numai ca un instrument de realizare a obiectivelor organizaționale dar și de identificare a nevoilor publicului și totodată a modalităților de a le satisface. Interesul publicului contează în egală măsură pentru organizație ca și propriul interes. Se ajunge astfel la posibilitatea stabilirii între organizație și public a unui parteneriat de lungă durată în care fiecare își asumă responsabilitățile specifice. Comunicarea poate fi inițată de organizație sau public și nu se mai poate vorbi de un control strict al uneia dintre părți, ceea ce justifică bidirecționalitatea și simetria modelului.

Organizația, în speță universitatea, nu mai este văzută ca sursă de comunicare iar publicul, respectiv studenții ca receptori, ci ca două entități implicate într-o tranzacție. Grunig și Hunt estimau că aproximativ 15% dintre organizații, în special cele care conștientizează funcția socială pe care o au de îndeplinit, practică acest tip de relații publice. De cele mai multe ori însă, modelul este aplicat de către organizațiile care urmăresc câștigarea încrederii comunităților care beneficiază de serviciile lor.

¹ Tănase Tasențe, Asist univ. drd., Universitatea „Andrei Șaguna” din Constanța, Facultatea de Științele Comunicării și Științe Politice, nicoleta_ciacu@yahoo.com

² Nicoleta Ciacu, Asist univ. drd., Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești, Facultatea de Științe Administrative și ale Comunicării din Brăila, nicoleta_ciacu@yahoo.com

Internetul a avut un impact semnificativ asupra modului tradițional de comunicare dintre universitate, profesori și studenți. Astfel, multe universități au investit în facilități de comunicare online pentru a menține un nivel al interacțiunii sociale și în mediul online atât de des utilizat de către tineri. Site-urile și profilele pe site-urile social media reprezintă o modalitate prin care lumea modernă comunică, evaluează informațiile și își formează o imagine despre o organizație sau alta.

Într-una din lucrările dedicate metodelor de adaptare a învățământului universitar la condițiile crizei, autoarele menționau tehnologia informației și a comunicării ca fiind unul dintre vectorii importanți în schimbarea învățământului superior contemporan (Dugan, Gănescu, Pepenel, 2010). Studenții din ziua de astăzi utilizează metode multiple de comunicare trecând cu ușurință de la comunicarea „față în față” la cea online. Cu câțiva ani în urmă, părinții și profesorii erau îngrijorați de orele petrecute de tineri în fața calculatoarelor. În prezent, odată cu evoluția tehnologică, internetul poate fi accesat pe dispozitive portabile, smartphone, tablete, notebook-uri și mulți dintre tineri sunt astfel în permanență „online”. Prin urmare, posibilitatea de informare online despre activitățile ce le revin în calitate de studenți este mai mult decât apreciată de aceștia.

Baza cercetării prezente a fost constituită odată cu realizarea în anul 2010 a unei cercetări care viza „Implicațiile utilizării internetului în activitățile școlare și extrașcolare ale studenților” publicată în revista „Strategii Manageriale”, nr. 4 (10) / 2010. Una dintre concluziile cercetării de atunci viza numărul de ore petrecut de studenți pe Internet. Astfel, cei mai mulți studenți susțineau că petrec pe Internet între 1 și 3 ore, motivând că utilizează Internetul mai ales pentru informare (49%). În același context, 72% dintre studenții interogați au afirmat că atunci când au de redactat un proiect pentru facultate caută în primul rând pe internet informații necesare realizării acestuia (Ciacu, Tasește, 2010).

Plecând de la aceste informații, prezentul studiu își propune să abordeze „morfologia” comunicării realizate între universitate și studenți în perspectivă comparativă. Cele două universități care au reprezentat baza de eșantionare în cercetarea noastră sunt: Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești și Universitatea „Andrei Șaguna” Constanța.

Instrumentele de comunicare utilizate de cele două universități ajută la construcția și cristalizarea imaginii acestora dar și la consolidarea unei culturi organizaționale durabile. De asemenea ne dorim să aflăm opiniile studenților cu privire la eficiența instrumentelor de comunicare utilizate de universități și să evidențiem modul preferat de interacțiune cu universitatea în scopul obținerii de informații relevante pentru strategia de comunicare universitară.

2. Obiectivele cercetării

1. Identificarea opiniilor studenților cu privire la mijloacele de informare utilizate de universități.
2. Stabilirea frecvenței de accesare a website-urilor universităților și a paginilor oficiale de Facebook.
3. Identificarea informațiilor pe care studenții le caută frecvent pe site-ul universității.
4. Investigarea modului de interacțiune a studenților cu paginile oficiale de Facebook ale universităților.

3. Ipoteze

1. Se prezumă că website-ul universității reprezintă un instrument important de informare în mediul universitar.
2. Se presupune că rețeaua de socializare Facebook este un mijloc eficient de informare cu privire la activitățile universității.

4. Metodologia cercetării

Cercetarea a fost bazată exclusiv pe metode cantitative de investigare. Pentru realizarea obiectivelor enunțate, am proiectat un chestionar care a fost aplicat online. Chestionarul a fost disponibil la adresa www.tashy.ro/studenti și a fost promovat atât prin intermediul cadrelor didactice cât și în mediul online. Studiul a fost realizat în perioada noiembrie – decembrie 2012. Eșantionul s-a format relativ spontan întrucât din totalul studenților au răspuns doar cei care au avut disponibilitatea de a răspunde.

Eșantionul a fost format din 100 de studenți de la două universități românești, Universitatea „Andrei Șaguna” din Constanța (ASU) și Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești (CBU). Studenții au vârste cuprinse între 18 și 57 de ani (media fiind de 23 de ani). Din totalul eșantionului 77% dintre respondenți sunt femei iar 23% sunt bărbați.

Eșantionarea a fost nonprobabilistică, singurul criteriu de selecție al studenților fiind calitatea de student la specializările de Jurnalism, Comunicare Socială și Relații Publice de la cele două universități. Din totalul celor 100 de respondenți, 50% provin de la specializările de Jurnalism de la Universitatea „Andrei Șaguna” din Constanța și 50% de la specializările de Jurnalism, Comunicare Socială și Relații Publice de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Centrul Universitar Brăila.

Chestionarul a cuprins un număr de opt întrebări corespunzătoare celor patru obiective enunțate. În construcția chestionarului am utilizat o varietate de tipuri de întrebări. Astfel, din totalul celor opt întrebări, numai una singură este întrebare închisă, acolo unde studenților li se solicită să răspundă afirmativ sau negativ cu privire la utilitatea rețelei de socializare Facebook în transmiterea de informații despre activitățile universității. Restul întrebărilor au posibilități multiple de răspuns, care permit respondenților să aleagă un singur răspuns din câteva opțiuni posibile (între 5 și 9 variante de răspuns).

Chestionarul a fost structurat în funcție de trei dimensiuni:

- utilizarea mijloacelor de informare clasice în mediul universitar: 1. Care sunt mijloacele pe care le utilizați cel mai des în scopul informării despre activitățile universitare? 2. În ce măsură considerați că universitatea vă informează cu privire la activitățile sale?

- utilizarea tehnologiilor Web 2.0 de către universități: 3. Când ați accesat ultima dată site-ul universității dumneavoastră? 4. Care sunt informațiile pe care le căutați cel mai des pe site-ul universității dumneavoastră?

- utilizarea rețelelor sociale (Web 3.0) în mediul universitar: 5. Considerați că rețeaua de socializare Facebook este un mijloc eficient de informare cu privire la activitățile universității? 6. Când ați accesat ultima dată pagina oficială de Facebook a universității dumneavoastră? 7. Ați comentat sau ați distribuit vreodată vreo informație postată pe pagina de Facebook a universității? 8. Care sunt informațiile pe care le apreciați pe pagina de Facebook a universității?

5. Rezultatele cercetării

În opinia celor 100 de studenți chestionați de la cele două universități, mijlocul cel mai des utilizat de ei în scopul informării despre activitățile universitare este *website-ul* oficial al instituției (37%), urmat de informarea directă de la profesor sau secretariat (23%), pagina de Facebook a instituției (20%) și avizierul (12%). Mijloace precum informarea prin e-mail, telefonul mobil sau de la colegii de clasă sunt utilizate în proporție foarte mică (2-3%).

Raportându-ne separat, la răspunsurilor studenților de la cele două universități, constatăm discrepanțe mari. Astfel, constatăm că mijloacele online de informare, precum *website-ul* sau pagina de Facebook, sunt folosite de 80% dintre studenții Universității „Andrei Șaguna”, în comparație cu cei 33% dintre studenții de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu”, care folosesc aceleași mijloace.

De celalaltă parte, informarea directă de la profesor sau secretariat este opțiunea a 40% dintre studenții de la „Constantin Brâncoveanu”, față de cei 7% dintre studenții de la „Andrei Șaguna”. Mijloacele clasice de informare, precum avizierul, sunt populare printre studenții de la „Constantin Brâncoveanu” (23%), în timp ce studenții de la „Andrei Șaguna” aleg să se informeze de la alți colegi (7%) sau prin e-mail (7%). (Figure 1)

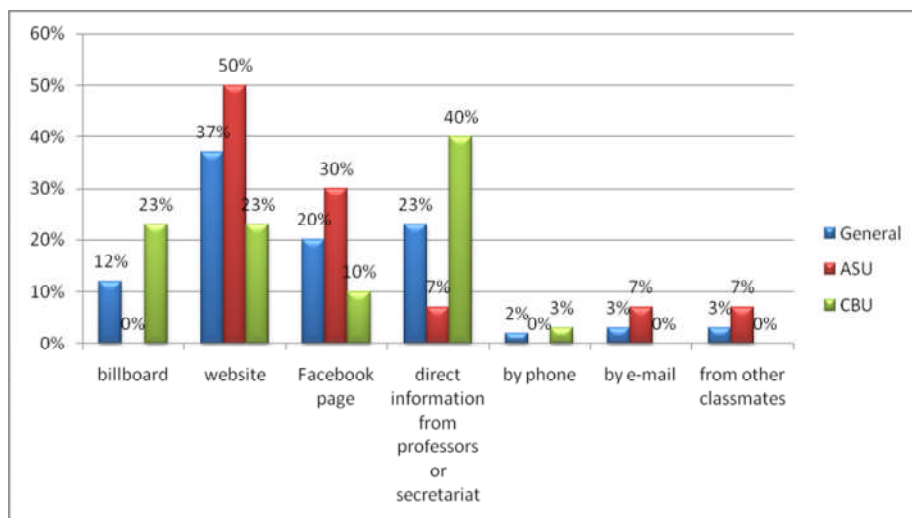


Figura 9 - ITEM 1. Care sunt mijloacele pe care le utilizați cel mai des în scopul informării despre activitățile universitare?

Mai mult de jumătate (52%) dintre studenții chestionați afirmă că universitatea îi informează într-o mare și foarte mare măsură, în timp ce 35% dintre aceștia spun că sunt informați suficient. Doar un procent de 13% dintre studenți consideră că universitatea îi informează cu privire la activitățile sale într-o măsură mică și foarte mică. Procentul se explică în contextul concurenței și competitivității existente pe piața universităților private din România, astfel că universitățile asigură de cele mai multe ori o bună comunicare cu studenții.

Raportându-ne separat la cele două universități, constatăm că 53% dintre studenții de la Universitatea „Andrei Șaguna” se consideră informați bine și foarte bine, față de 50% dintre studenții de la „Constantin Brâncoveanu”. La polul opus, niciun student de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” nu este total nemulțumit cu privire la informarea universității, față de 7% dintre studenții de la „Andrei Șaguna” care au afirmat acest lucru.

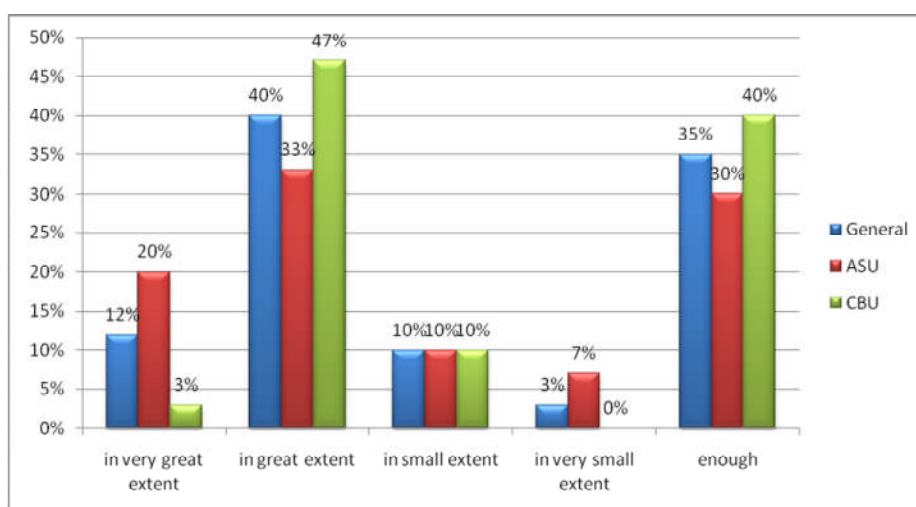


Figura 10 - ITEM 2. În ce măsură considerați că universitatea vă informează cu privire la activitățile sale?

Website-urile universităților sunt accesate foarte des de către studenți, 45% dintre aceștia spunând că le-au accesat ultima dată în ultimele 24 de ore, iar 20% în urmă cu două zile. Doar 8% dintre studenți accesează site-ul universității în timpul sesiunii de examene. Analizând separat pe universități, 63% dintre studenții de la Universitatea „Andrei Șaguna” au accesat website-ul universității în ultimele 24 de ore față de cei 27% de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu”. Constatăm, de asemenea, că 43% dintre studenții de la „Constantin Brâncoveanu” au accesat website-ul în urmă cu o săptămână sau o lună.

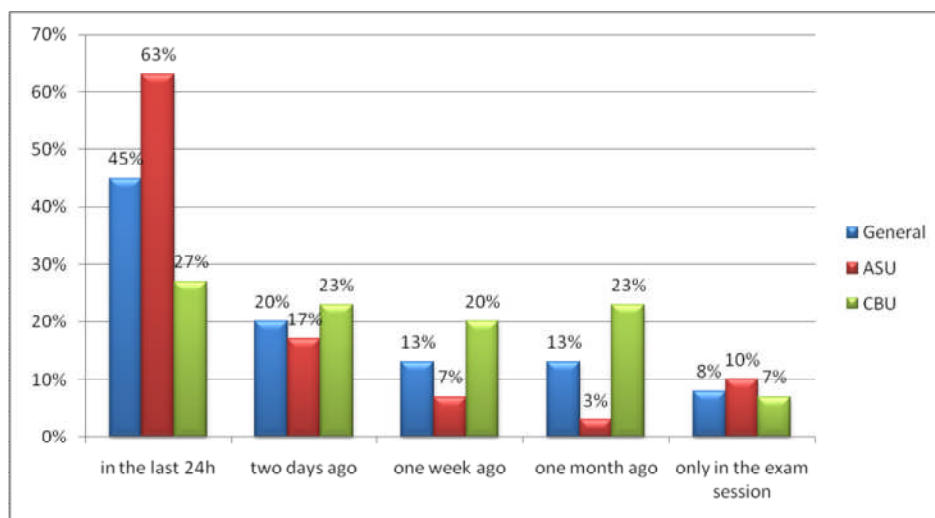


Figura 11 - ITEM 3. Când ați accesat ultima dată site-ul universității dumneavoastră?

Informațiile cele mai căutate pe website-ul universității sunt cele cu privire la orar (73%), programarea examenelor (67%) și evenimentele organizate de universitate (40%). Aproximativ 38% dintre studenți consideră că informațiile importante pentru ei sunt cele legate de structura anului universitar și termenele referitoare la plata taxelor de școlarizare. Analizând comparativ, studenții de la ASU sunt mai interesați de orar și mai puțin de programarea examenelor, față de studenții de la UCB care consideră programarea examenelor din sesiune o prioritate în informarea online. Informațiile despre evenimentele organizate de universitate sunt de interes pentru 57% dintre studenții de la ASU, față de doar 27% dintre studenții de la CBU. Alte informații semnalate de studenți ca fiind importante pentru ei sunt cele cu privire la practica studentă, notele de la examen afișate pe platforma UMS, bursele și downloadarea cursurilor în format electronic.

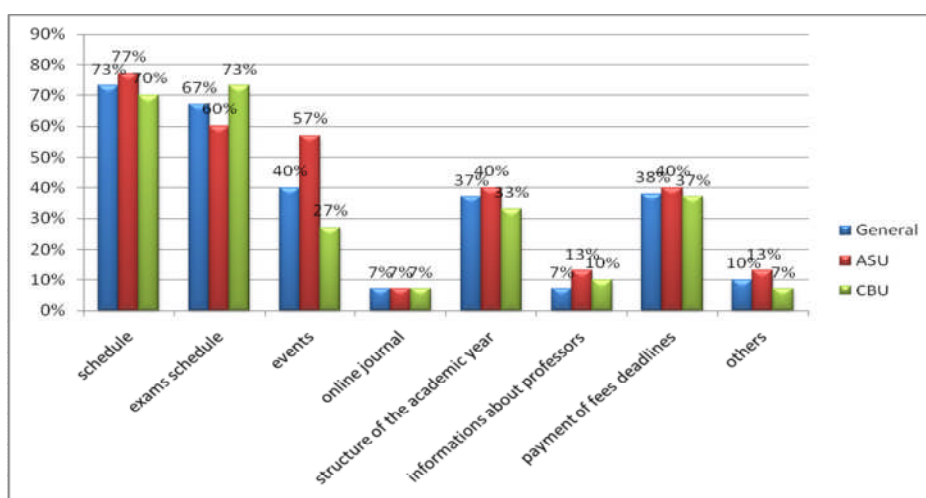


Figura 12 - ITEM 4 Care sunt informațiile pe care le căutați cel mai des pe site-ul universității dumneavoastră?

80% dintre studenții chestionați consideră că rețeaua socială Facebook reprezintă un mijloc eficient de informare cu privire la activitățile universității. Comparativ, mai mulți studenții de la CBU (83%) consideră că Facebook este eficient când vine vorba de informare despre universitate, față de 77% dintre studenții de la ASU.

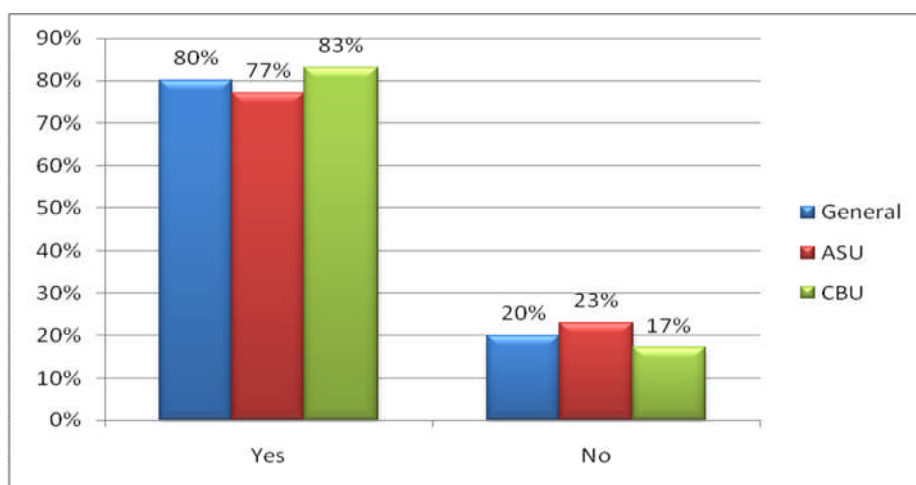


Figura 13 - ITEM 5. Considerați că rețeaua de socializare Facebook este un mijloc eficient de informare cu privire la activitățile universității?

Platforma socială Facebook este mediumul foarte des utilizat de studenți, nu numai pentru socializare, ci și pentru informarea cu privire la activitățile din cadrul universității. Astfel, 57% dintre studenții chestionați au afirmat că au consultat pagina de Facebook a universității în ultimele 24 de ore, 13% dintre ei în ultimele 2 zile, 18% în ultima săptămână sau lună și doar 8% dintre studenții investigați nu au accesat-o niciodată.

Analizând comparativ, studenții de la Universitatea „Andrei Șaguna” accesează mai des pagina de Facebook a instituției față de cei de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu”. Astfel, 70% dintre studenții de la ASU au accesat pagina de Facebook în ultimele 24 de ore, față de doar 43% dintre studenții de la CBU. La polul opus, 17% dintre studenții de la CBU nu au accesat niciodată pagina de Facebook a universității, față de studenții de la ASU care au afirmat că au accesat măcar o dată această pagină.

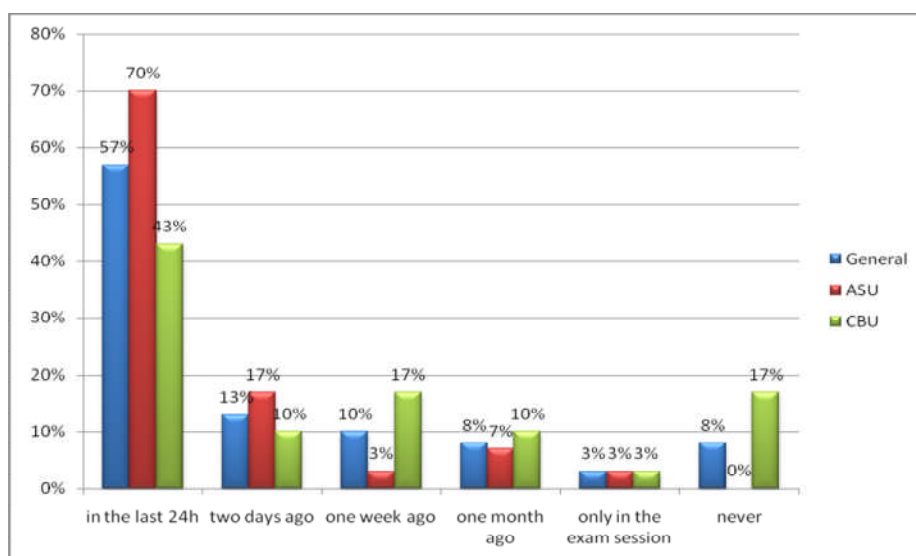


Figura 14 - ITEM 6. Când ați accesat ultima dată pagina oficială de Facebook a universității dumneavoastră?

Chiar dacă accesează foarte des pagina de Facebook a instituției lor de învățământ, studenții transmit un feedback destul de slab sau nerelevant. Astfel, 40% dintre studenții chestionați de la ambele universități nu au interacționat niciodată pe pagina de Facebook a instituției, 35% dintre aceștia au recurs la o formă simplă de feedback, „like-ul”, 13% dintre ei au redistribuit postările publicate de universitate către grupul lor de prieteni, în timp ce 7% dintre studenți au comentat conținutul postărilor de pe paginile oficiale de Facebook ale universităților. Analizând comparativ, nu observăm diferențe majore între studenții de la cele două universități. Singurele diferențe notabile sunt că doar 3% dintre studenții de la ASU comentează postările, față de cei 10% de la CBU, iar 40% dintre studenții de la ASU dau „like”, cu 10 procente mai mult față de studenții de la CBU.

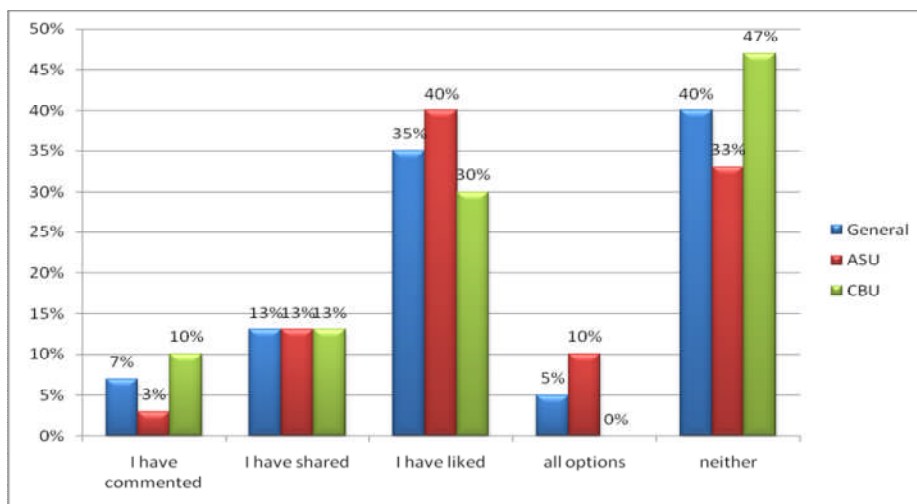


Figura 15 - ITEM 7. Ați comentat sau ați distribuit vreodată vreo informație postată pe pagina de Facebook a universității?

Cei mai mulți studenți (48%) apreciază pe pagina de Facebook a instituției informații privind activitatea curriculară (orar, programarea examenelor, etc.), 27% dintre aceștia apreciază fotografiile și videoclipuri de la evenimentele organizate de universitate, 15% apreciază link-urile despre oportunitățile de angajare și doar 5% dintre studenți apreciază informații privind activitatea extracurriculară (balul bobocilor, activități sportive etc). Analizând comparativ, mai mulți studenți de la ASU respectiv 53% apreciază informațiile privind activitatea curriculară, față de 43% dintre studenții de la CBU. De cealaltă parte, 33% dintre studenții de la CBU apreciază postările cu fotografiile și videoclipuri de la evenimente, față de 27% dintre studenții de la ASU.

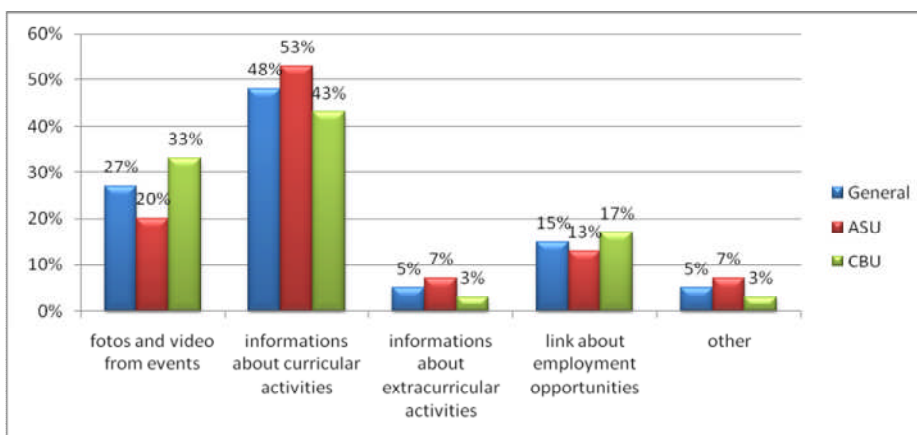


Figura 16 - ITEM 8. Care sunt informațiile pe care le apreciați pe pagina de Facebook a universității?

6. Concluzii

Sintetizând, putem observa că primul obiectiv al studiului care viza identificarea opiniilor studenților cu privire la mijloacele de informare utilizate de universități a fost validat în cercetare. 52% dintre studenții chestionați au susținut că universitatea îi informează într-o mare și foarte mare măsură.

Cel de al doilea obiectiv al lucrării viza stabilirea frecvenței de accesare a website-urilor universităților și a paginilor oficiale de Facebook. Website-urile universităților sunt accesate foarte des de către studenți, 45% dintre aceștia spunând că le-au accesat în ultimele 24 de ore, iar 20% în urmă cu două zile. Paginile oficiale de Facebook ale celor două universități sunt accesate frecvent de către studenți, astfel 57% dintre cei chestionați au afirmat că au consultat pagina de Facebook a universității în ultimele 24 de ore, 13% în ultimele 2 zile, 18% în ultima săptămână sau lună și doar 8% dintre studenții investigați nu au accesat-o niciodată.

Al treilea obiectiv urmărea identificarea informațiilor pe care studenții le caută frecvent pe site-ul universității. Informațiile cele mai căutate pe website-ul universității sunt cele cu privire la orar (73%), programarea examenelor (67%), evenimentele organizate de universitate (40%). Aproximativ 38% dintre studenți consideră că informațiile importante pentru ei sunt cele legate de structura anului universitar și termenele referitoare la plata taxelor de școlarizare.

Investigarea modului de interacțiune a studenților cu pagina oficială de Facebook a universităților a constituit al patrulea obiectiv al cercetării. Am constatat astfel că în ciuda accesării frecvente a paginii de Facebook a instituției lor de învățământ, feedback-ul primit de la studenți este unul destul de slab sau nerelevant. 40% dintre studenții chestionați de la ambele universități nu au interacționat niciodată pe pagina de Facebook a instituției în timp ce doar 35% au recurs la o formă simplistă de feedback, “like-ul”.

Studenții sunt considerați multiplicatori ai imaginii universității, cu alte cuvinte ei sunt “ambasadorii” universității în cercul lor de prieteni. Din acest motiv, procentul de 13% al acelor studenți care redistribuie postările publicate de universitate către grupul lor de prieteni considerăm că este relevant. Comportamentul în social media al studenților investigați a mai relevat faptul că 7% dintre aceștia comentează conținutul postărilor de pe paginile oficiale de Facebook ale universităților. Procentul este relativ redus și poate fi considerat modest însă trebuie ținut cont de faptul că chiar dacă procesul de comunicare universitate - student s-a mutat în social media, comunicarea rămâne una formală, studenții primesc notificări cu privire la postările pe pagina de Facebook a universității lor, însă nu rezonează întotdeauna cu acestea, păstrând astfel limitele comunicării formale.

Ambele ipoteze ale cercetării au fost confirmate. Atât website-ul cât și rețeaua de socializare Facebook reprezintă pentru studenți mijloace de informare relevante pentru mediul universitar. Cu toate acestea, mijloacele clasice de informare, precum avizierul, sunt în continuare apreciate de către studenții Universității „Constantin Brâncoveanu” (23%), în timp ce colegii lor de la „Andrei Șaguna” aleg să se informeze de la alți colegi (7%) sau prin e-mail (7%). Opțiunea studenților de la UCB pentru mijloacele clasice de informare se explică de altfel, dacă ne raportăm la rezultatele cercetării pe care am realizat-o pe aceeași bază de eșantionare în anul 2010. Constatam atunci că studenții de la UCB petrec mai puțin timp pe internet decât cei de la ASU.

Mijloacele de informare utilizate în mediul universitar se află în plin proces de reconfigurare și dezvoltare. În viitorul apropiat, mijloacele de acces la informațiile transmise de universități vor fi de tip multimedia, mobile și miniaturizate. Tot mai multe universități adoptă strategii coerente de integrare a tehnologiei în procesul educațional iar mijloacele de informare utilizate atât în comunicarea internă cât și în cea externă tind să migreze către online.

Bibliografie

- 1.Pricopie Remus, *Relațiile publice, evoluție și perspective*, București, Editura Tritonic, 2005, p.41
- 2.Dugan Silvia, Gănescu Cristina, Pepenel Madelaine, *Metode de adaptare a învățământului universitar la noile condiții determinate de criza economică actuală*, revista „Strategii manageriale”, nr. 4 (10)/2010
- 3.Ciacu Nicoleta, Tasențe Tănase, *Implicațiile utilizării Inernetului în activitățile curriculare și extracurriculare ale studenților*, Revista Strategii Manageriale, nr. 4 (10)/2010