

## Aspecte privind grupurile înființate pe facebook, pe fondul pandemiei de Covid-19

### Issues Relating to Groups Set up on Facebook amid the Covid-19 Pandemic

Elisaveta DRĂGHICI

"Dunărea de Jos" University of Galati, Romania,

e-mail: [elisaveta.draghici@ugal.ro](mailto:elisaveta.draghici@ugal.ro)

**Abstract:** The need to communicate and to ask for and offer help was strongly felt during the Covid-19 pandemic. In the space provided by the internet, there was a mobilisation to provide information and help through communication in social networking groups. The pandemic triggered the apparition of social groups dedicated to the issue. This study presents aspects related to the dynamics of virtual groups and analyses the activity of 18 Romanian groups established on Facebook. The reference period is March 2020 - August 2022. It is a fundamental research, with an evaluative character, aiming to obtain new knowledge on the behaviour in the virtual environment as a reaction to the social environment in the context of the Covid-19 pandemic. The analysis of social media groups showed that with the spread of SARS-CoV-2, groups dedicated to the issue appeared on the social media platform Facebook, where participants expressed various opinions or experiences. These groups were created by individuals who declared from the outset the purpose of the group and its character (private or public). At the same time, the Covid-19 groups represent a (informational and psychological) support environment for people affected by the virus, all the more so as isolation at home or quarantine has been imposed in some cases and the need for communication has increased.

**Keywords:** Social media; virtual groups; Facebook; COVID 19 pandemic; information and psychological support

#### Introducere

Oferind posibilitatea interacționării facile între persoane, internetul este un nou mediu în care oamenii își construiesc o identitate, stabilesc relații, participă la discuții, transmit imagini etc., având iluzia că riscurile sunt mici (Aiken, 2019, p. 29). Pot face aceasta din spațiul personal de viață, în orice moment al zilei sau nopții, fără a fi expuși vizual, mai ales dacă utilizatorii aleg anonimatul, pentru a se exprima public (Gîfu, 2014, p. 3). Informarea capătă, de asemenea, o nouă formă, cea online (Stoiciu, 2019, p. 374).

Analele Universității Dunărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 18, 2023, pp. 221-246.

Platformele de socializare permit crearea de grupuri la care aderă utilizatori ai acestora. Grupurile născute în mediul online au unele asemănări cu cele reale, dar și caracteristici distincte; au structura rețelelor sociale, căci implică un număr de actori sociali și legături care se stabilesc între ei, așa cum au arătat Wasserman și Faust (apud Hâncean, 2014, p. 18).

Pornind de la constatarea unor fenomene care se produc în cadrul spațiilor de socializare virtuală mi-am propus să investighez grupurile create în online, în particular pe cele apărute în contextul răspândirii virusului SARS-CoV-2. Scopul acestui studiu este de a analiza impactul produs de pandemia Covid-19 în social media. Una dintre ipotezele avute în vedere este că evenimentele sau crizele generate de pandemia Covid-19 apărute în societate au determinat apariția unor grupuri în social media pentru a facilita informarea, împărtășirea opiniilor, căutarea sprijinului (fie informațional, fie psihologic). Altă ipoteză este că în aceste grupuri se alătură persoanele aflate în situații similare sau preocupate de problematică, fapt care determină o activitate intensă a membrilor. După ce evenimentul public se consumă ori nu mai prezintă interes pentru oameni, activitatea în cadrul grupurilor scade.

Platforma de socializare analizată este Facebook, spațiu virtual apreciat ca cel mai utilizat instrument de socializare (Heinrichset et al., 2011, p. 347). Problematika grupurilor sociale din spațiul virtual (mecanismul apariției, dinamica acestora, elementele care le caracterizează etc.) în comparație cu grupurile sociale care se bazează pe interacțiunea directă, față în față, nu este suficient analizată. Importanța temei este în corelație cu importanța comunicării prin intermediul tehnologiei informatice și impactul socio-psihologic, în situații de criză, având caracteristici diferite în comparație cu conduita umană în spațiul public.

Este recunoscută creșterea în intensitate a comunicării virtuale, „online-ul ocupând din ce în ce mai mult timpul comunicării față în față” (Gifu, 2014, p. 2). O cauză a acestui fenomen este „confort și completitudine” asigurate, iar adulții o aleg cu precădere pentru socializare (Khairifa et al., 2019, p. 575), pentru comunicarea diferitelor întâmplări zilnice, distribuirea fotografiilor, a stărilor emoționale etc. Utilizatorii rețelelor caută plăcere și satisfacție în comunicare, ne arată Hsu și Lin (2008) citați de Heinrichset et al., iar posibilitatea de a scrie și împărtăși opinii pe diferite subiecte este apreciată de utilizatori, căci ușurează interacțiunea continuă. În aceste condiții motivația intrinsecă de a utiliza rețele de socializare crește (apud Heinrichset et al., 2011, p. 349).

Nevoia de comunicare determină folosirea oricărui mijloc pentru satisfacerea ei, iar rețelele de socializare oferă noi căi de exprimare a emoțiilor și împărtășirea gândurilor. Diversificarea platformelor ce găzduiesc rețele arată dorința de comunicare, iar succesul sau insuccesul

acestora țin de o serie de factori printre care: funcțiile avute, categoriile de persoane, conduita manifestată etc. (Turk, 2019, pp. 155-156).

### **Scurtă istorie a Facebook. Grupul social online**

Rețeaua Facebook, de la naștere sa în 2004 până în prezent, a evoluat constat, adăugându-i-se funcții noi, ușurând interacțiunea și atrăgând tot mai multe persoane. În decembrie 2004, un milion de persoane erau deja înregistrate. Facebook Photos este lansat la 1 octombrie 2005, iar începând cu 1 aprilie este disponibil Facebook pentru Mobile. În 2006 este introdus Facebook API, în 2007 sunt lansate Platforma Facebook și Facebook Video. În 2008, este disponibil Chatul și Facebook Connect. În iulie avem New Facebook, iar în 2009 este introdus butonul Like. În iulie 2010 Facebook are 500 de milioane de utilizatori activi. Este lansat Facebook Places în 2010. Messenger este introdus în 2011 precum și Timeline la f8. Anul 2012 aduce achiziția Instagram. În 2012 erau active peste un miliard de persoane, iar în 2013 peste 100 milioane de persoane utilizau Instagram; în acest an este lansat pe Instagram funcția Video. În 2014 este anunțată achiziționarea WhatsApp, Connectivity Lab și este introdus Safety Check. În 2015 Messenger Platform este lansat la F8, Video Colling este lansat în Messenger și introdus Facebook Live. Vido calling este introdus pe WhatsApp în 2016 și în 2017 este lansat WhatsApp Status, Instagram Shopping și Messenger Kids. În 2018 este lansat WhatsApp Bussiness App, este realizată primul Raport de aplicare a standardelor comunitare (Community Standars Enforcement Report) și este lansat Messenger 4. În 2019 Mark împărtășește viziunea sa asupra unei platforme sociale axate pe confidențialitate, este introdus Checkout pe Instagram și Facebook Pay. Messenger Rooms este lansat în 2020, apoi Facebook Shops. În 2021, este introdus Horizon Workrooms, iar în septembrie Fondul pentru programe și cercetare XR este introdus pentru a ajuta la construirea metaversului. În octombrie 2021 este introdus Meta, noul brand al companiei (Facebook, consultat la 11.08.2022)

Evoluția numărului utilizatorilor Facebook în lume prezintă creștere de la an la an. Dacă la sfârșitul anul 2009 existau 360 de milioane de utilizatori, la începutul anului 2020 numărul acestora a crescut la 2.603 milioane de utilizatori, iar la mijlocul anului 2022 a ajuns la 2.934 milioane de utilizatori. Datele statistice arată că în 2022 audiența cea mai mare este în India cu 330 milioane de utilizatori, pe locul doi fiind SUA cu 179 milioane de utilizatori (Statista, consultat la 10.08.2022).

Numărul utilizatorilor Facebook în România are un trend ascendent. În anul 2020, în luna aprilie, erau 10.820.000 utilizatori, în luna decembrie numărul ajungând la 12.040.000 de utilizatori. În anul 2021, cel mai mare număr de utilizatori s-a înregistrat în luna mai - 12.570.000 de utilizatori. În

septembrie 2021, numărul acestora a scăzut la 11.943.000 utilizatori. (Statista, consultat la 10.08.2022).

Sub influența dezvoltării noilor posibilități de interacțiune prin computere interconectate, pornind de la emailuri și comunicare pe chat (Roșcan & Deac, 2018, p. 118) și continuând cu comunicarea prin rețele de socializare dezvoltate în ultimii ani, constatăm diversificarea formelor de comunicare online: bloguri, postări de imagini video sau rețele sociale.

Rețelele sociale s-au dezvoltat rapid, atât prin diversitate (Facebook, MySpace, Snapchat, Instagram, Tinder etc.) cât și prin volum (exprimat prin număr de persoane interconectate). Au captat atenția analiștilor domeniului social cu ceva întârziere (Twenge, 2020, p. 73) cu toate că doar în câțiva ani gradul de utilizare a acestora a crescut iar fenomenologia s-a îmbogățit. Astfel, se discută despre considerarea sau nu a acestor rețele ca fiind comunități (Etzioni, 2002, pp. 99-101), despre modul în care membrii rețelei își prezintă personalitatea, construind astfel o imagine publică și oferind o nouă perspectivă asupra conceptului de prietenie (Turk, 2019, p. 156). Atractivitatea pentru rețele este ridicată dat fiind că multe dintre barierele inegalității sunt aproape inexistente: indiferent de clasa socială, de venituri sau de minoritatea de apartenență, fiecare persoană poate să fie prezentă pe o rețea de socializare (Twenge, 2020, p. 74). Se constată creșterea încrederii în sursele de informare online fapt care, de la un punct încolo, ne determină să vorbim și despre vulnerabilitate, căci mediul online permite și circulația informațiilor false (*fake news*) (Oprea, 2021, p. 32).

Dar titulatura de grup stabilită de creatorul Facebook corespunde unui grup social așa cum este înțeles de sociologi? Chelcea consideră grupul ca fiind „ansamblu mai mult sau mai puțin numeros de persoane” între care există interacțiune și care „au în același timp sentimentul de apartenență la grup” (2021, p. 60). Legătura dintre membrii grupului prin „modele de interacțiune relativ stabile” diferențiază grupurile sociale de alte grupări umane (cum ar fi cele statistice sau grupurile rezidențiale) (Marshall & Scott, 2014, p. 314). Sunt invocate și alte caracteristici: „interacțiuni structurate, interdependență, relații stabile, scopuri comune, conștiința apartenenței la grup”; diversitatea grupurilor este semnificativă, fapt care nu permite o definire unitară pentru toate grupurile sociale (Marshall & Scott, 2014, p. 61). Având în vedere elementele definitorii menționate până acum, putem considera grupurile create pe Facebook ca fiind grupuri sociale.

Însă grupul social online se distinge de grupurile sociale analizate până acum, prin caracteristicile spațiului în care se manifestă care permite conectarea din orice loc și moment (Valkenburg & Taylor Piotrowski, 2018, p. 234) respectiv cel al internetului. Tănase definind grupurile sociale virtuale create pe Facebook, precizează că acestea constau în „prietenii” pe care aceștia îi au în listă și pe care, potrivit politicii Facebook, utilizatorul îi

cunoaște din viața reală” (2014, p. 155). A daug că există posibilitatea ca o persoană care este prezentă pe Facebook să poată solicita prietenie și altora, mai ales dacă sunt personalități ori au o activitate recunoscută social. Tănase mai afirmă că relația dintre membrii unui grup nu se constituie numai în baza „intereselor comune ale membrilor” ci se manifestă și alte condiții, respectiv „sunt prieteni și în viața reală, sunt colegi de muncă, de școală etc.” (2014, p. 155) și doresc să continue legătura și în mediul virtual.

Citând pe Lipnack & Stamp (care au analizat grupurile virtuale) V. Gorincioi, într-un studiu despre echipele virtuale ale organizațiilor, arată că grupul virtual este „compus din indivizi aflați în diferite locații geografice și/sau în diferite organizații, care colaborează utilizând medii de comunicare electronică pentru a atinge un anumit scop comun” (apud Gorincioi, 2018, p. 144). Astfel, sunt depășite barierele fizice. Lipnack & Stamp fac distincția între echipele virtuale (care sunt centrate pe îndeplinirea sarcinilor de muncă, specifice în organizațiile virtuale), pe când grupurile virtuale sunt create pentru socializare și interacțiune online, membrii acestora nefiind legați prin sarcini specifice de lucru (apud Gorincioi, 2018, p. 146). Vedem astfel că putem vorbi de grupuri de socializare, comunități virtuale sau echipe virtuale, fiecare distingându-se prin scopul înființării. Dacă o comunitate virtuală se bazează pe interesele comune ale membrilor, iar echipa virtuală este legată de îndeplinirea sarcinilor de muncă, grupul social virtual se naște din dorința membrilor de a comunica, de a se detașa de responsabilități.

### **Crearea unui grup pe Facebook. Caracteristici ale grupului virtual**

Două aspecte sunt esențiale în crearea unui grup: *inițierea*, respectiv actul de înființare a acestuia și *aderarea* la un grup de către diferite persoane. Cum ia naștere un grup pe Facebook? Cine este creatorul grupurilor? Poate fi o persoană sau un grup de persoane. Decizia de a înființa un grup în care sunt invitați să participe și alții depinde de o multitudine de factori sau variabile. Rețeaua de socializare Facebook are câmp predefinit pentru crearea unui grup, disponibil oricărei persoane înregistrate. Dar, o caracteristică este esențială: de a avea inițiativă, a dori să producă o reacție dacă nu chiar schimbare. Sunt persoane care vor să se implice sau cărora le place să comunice cu altele despre diferite probleme.

Crearea unui grup poate fi considerată o formă de activism, de implicare socială? Atât creatorii de grupuri (noțiunea poate fi asociată cu cea de lider) cât și membrii grupurilor (noțiune asociată cu cea de activiști) denotă ceea ce Hatos numește „implicare voluntară” și furnizarea unui bun public (Hatos, 2006, p. 180), bunul public fiind un spațiu unde se produce un schimb de opinii și informații sau unde o persoană poate găsi un sprijin. Se identifică o serie de variabile care explică participarea persoanelor la diferite

evenimente sau acțiuni, acestea fiind: „condiții psihologice, factori culturali, caracteristici micro-constructive ale colectivităților și resurse disponibile pentru participare” (Hatos, 2006, p. 181) și un scop comun. Deși aceste variabile nu au fost suficient analizate în contextul comunicării online, ele explică comportamentul oamenilor de inițiere și aderare la grupurile virtuale.

Facilitând interacțiunea, utilizarea rețelelor sociale asigură satisfacție socială, în special cea de prietenie, iar distanța și timpul nu mai reprezintă bariere comunicaționale. Sunt semnalate și aspecte negative precum: fraudă, expunere la comentarii negative la postări care au condus uneori la ruperea legăturii (Khairifa et al., 2019, p. 587). Tipologia comportamentală în spațiul virtual este diversă. Pe de o parte, comportamentul este motivat de nevoia sau dorința de solicitare a unor detalii ori lămuriri pe o anumită temă, de transmitere a informațiilor sau imaginilor (postarea) sau de distribuire (de a arăta și altor persoane). Pe de altă parte, s-a constatat că există diferențe între comportamentul unei persoane în viața de zi cu zi și comportamentul adoptat în spațiul virtual, vorbindu-se și de un stil de viață virtuală (Gîfu, 2012, p. 17).

Comunicarea online respectă schema cunoscută a comunicării: emițător-receptor, mesajul și elemente perturbatoare (Winkin, 2001, p. 141). Există un inițiator al conversației (emițător al mesajului), și există receptorul, care reacționează, oferind un răspuns - membrii grupului (actori sociali), cu identitate reală sau nu (anonimi), interacționează (Gîfu, 2012, p. 3) cu inițiatorul comunicării. Reacțiile în mediul online la cele de mai sus sunt diverse: se reacționează prin activarea unuia dintre emoticoanele de apreciere (îmi place, ador, grijă, haha, uau!, tristețe, furie) ce exprimă atitudini și/sau sentimente; se reacționează prin distribuire a postării (cu comentariu însoțit sau nu); prin comentariu scris (exprimă un punct de vedere, opinie, sau critică etc.) ori prin selectarea unei imagini. Toate acestea sunt noi expresii ale comunicării între membrii grupului. Tipologia participanților este variată: sunt persoane care participă (sunt active) printr-o reacție (bifarea unui emoticon sau prin exprimarea opiniei prin activarea câmpului comentariu scris) sau persoane care nu reacționează (percep mesajul, îl citesc dar nu transmit un feedback).

Gîfu, într-un studiu asupra forumiștilor din mediul online identifică tipologii de comentatori, respectiv: emoțional, irațional, incitator, rațional, decent, atac la persoană, supporter, intelectual, linkabil și pornografic. Dintre acestea, unele profiluri au emis comentarii accidentale, respectiv: incitator, decent, atac la persoană, supporter, linkabil și pornografic (2012, p. 13).

### Contexte și rațiuni generatoare de grupuri sociale în social media

Grupurile din social media sunt o reacție la evenimente ale lumii reale: există „cauze precipitante” – respectiv dezastrele naturale sau evenimente sociale, precum și factori de circumstanță (Chelcea, 2021, pp. 88-89). Pandemia de Covid-19 pe fondul răspândirii virului SARS-CoV-2 este unul din factorii declanșatori ai reacției de grupare a oamenilor în mediul virtual în jurul acestei probleme ce a afectat omenirea. Conform teoriei convergenței invocată de Chelcea în explicarea dinamicii grupurilor membrii acestora se aseamănă prin stare de spirit identică, manifestată înainte de înființarea/aderarea la grup (Chelcea, 2021, p. 90). Dinamicii grupurilor generate de pandemie li se aplică și teoria normei emergente, conform căreia situația inedită declanșează răspunsuri de adaptare, în condițiile în care situația este ambiguă, nestructurată și lipsită de norme valabile (Chelcea, 2021, p. 91).

Nevoile de apartenență, de apropiere de persoane ce trec prin aceeași situație sau care au sentimente asemănătoare și de a primi susținere, constituie alți factori ai înființării grupurilor. Un studiu american arată că utilizatorii Facebook primesc sprijin și suport emoțional atunci când sunt bolnavi sau vor companie în timpul lor liber (Hampton, et al., 2011, p. 4), Hampton afirmă că încrederea acestora în oameni este mai mare decât a celor care nu utilizează rețele de socializare (32) și arată că utilizatorii Facebook primesc cel mai mult sprijin de la contactele lor din rețea (34).

Grupul social din media este o exprimare a nevoii de comunicare, interacțiune, transmitere a unor mesaje. Comunicând, respectiv socializând, oamenii își modelează gândirea, conduita și ideologia astfel încât să acționeze (Roșcan & Deac, 2018, p. 11) pentru se adapta schimbărilor. Obțin, astfel „satisfacție imediată” (Stoiciu, 2019, p. 374) a conectării rapide. Situația de criză (precum cea generată de răspândirea virusului), impune o anumită presiune, una din condițiile specifice în care are loc comunicarea (Chelcea, 2021, p. 91). Un astfel de mediu facilitează creșterea implicării sociale (Valkenburg & Taylor Piotrowski, 2018, p. 247) dar și „libertinajul ideatic” sau manipularea (Gîfu, 2012, p. 17).

Pentru alte persoane grupul virtual este un spațiu unde pot fi exprimate sentimente (de apreciere, de iubire, de dispreț, de comunicare a nemulțumirii sau afișare a urii etc.), dar și de exprimare a opiniilor. Thomas Khun (1996), invocat de Roșcan & Deac (2018, p. 22), prezintă paradigma structural-expresivă care arată că la indivizii umani există patru niveluri ale fenomenelor expresive: 1. „dorințe, motivații, valori fundamentale” care contribuie la modul propriu de percepere a lumii; 2. atitudini față de lume; 3. acte sau comportamente și 4. opinii, expuneri verbale cu referire la diferite contexte/situații etc. Bondrea susține că orice „eveniment concret” generează opinii (2007, p. 93). Acestea sunt mai evidente cu atât mai mult cu

cât oamenii sunt afectați de situațiile de criză sau presiunea generată de probleme (Chelcea, 2021, p. 221). Impunerea unor schimbări, efortul pentru înțelegerea mecanismelor sociale sau a fenomenelor generează un flux de opinii, devenind „judecăți evaluative despre problemele sociale” (Chelcea, 2021, p. 226). Mediul comunicațional online facilitează exprimarea acestora.

Nu putem exclude situația în care are loc transmiterea unor informații false sau circulația zvonurilor. Se apreciază că mediul online a favorizat acest fenomen, iar impactul este considerabil, dat fiind rapiditatea propagării și aria de cuprindere. Astfel, rețelele sociale influențează viteza cu care se pot produce și desfășura evenimente din lumea reală (Chelcea, 2021, pp. 317-318).

Un alt element favorabil grupurilor virtuale este legat de dorința/nevoia specialiștilor de a furniza suport în context nou, de izolare fizică. Astfel au fost utilizate tehnologiile moderne de comunicare pe WhatsApp (fie scris, fie *video call*) sau pe grupuri create. Mulți specialiști din lume, inclusiv psihologii, au integrat tehnologiile internetului în procesul terapeutic, dezvoltând metode moderne pentru a ajuta persoanele afectate de Covid-19 (Bihun et al., 2022, p. 270).

### Câteva aspecte privind pandemia de Covid-19 în România

În România, problematica Covid-19 a fost consemnată public începând cu luna februarie a anului 2020, odată cu înregistrarea cazurilor de infestare cu noul virus. În figura nr. 1 este prezentată grafic evoluția cazurilor confirmate în România.

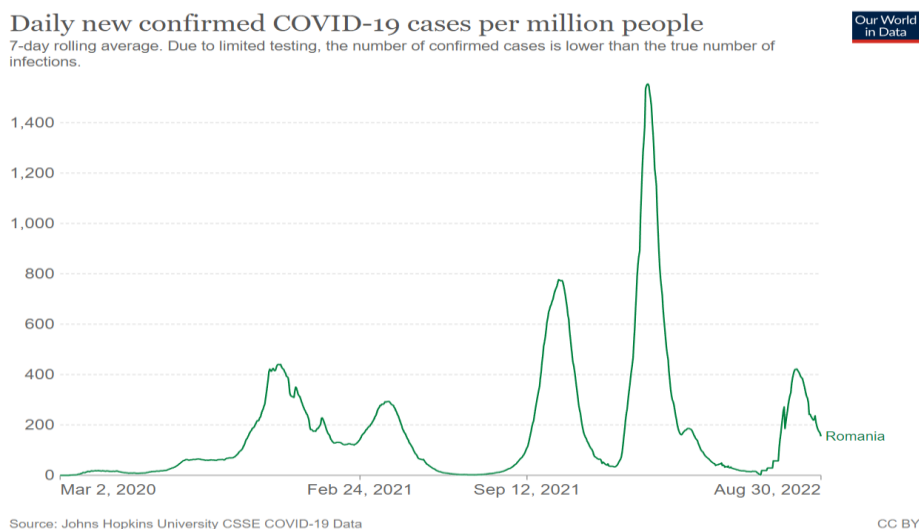


Figura 1: Evoluția pandemiei în România în perioada 2020-2022 (Graficul este generat de Our World in Data)



Conform datelor privind numărul de cazuri noi înregistrate prezentate pe Our World in Data (consultat în perioada 27-28 august 2022) identificăm „valurile” pandemice din România (înțelegând prin valuri perioade de creștere masivă a numărului de cazuri noi de Covid 19 zilnice) – a se vedea tabelul nr. 1:

Tabel nr. 1. Valurile pandemiei de Covid-19 în România (Datele calendaristice și valorile medii sunt preluate de pe Our World in Data, consultat în perioada 27-28 august 2022;

Numărul „valului”	Perioada de manifestare estimativă a valurilor	Data înregistrării valorii maxime a mediei săptămânale	Media săptămânală cazuri noi (valoarea maximă)
1	2 martie 2020-7 iunie 2020	17 aprilie 2020	19,22
2	8 iunie 2020-17 februarie 2021	18 noiembrie 2020	440,81
3	18 februarie 2021-11 iulie 2021	31 martie 2021	293,13
4	12 iulie 2021-27 decembrie 2021	25 octombrie 2021	776,55
5	28 decembrie 2021-19 iunie 2022	3 februarie 2022	1.553,45
6	20 iunie 2022-27 august 2022	1 august 2022	422,31

Notă: 27 august 2022 reprezintă momentul ultim al observării nu și finalul „valului”).

Populația a experimentat perioade de izolare, de limitare a liberei circulații, de carantinare, îmbolnăvire, trecerea la munca online și cel mai grav la pierderea celor dragi ca urmare a survenirii decesului în urma infestării cu SARS-CoV-2. Intervențiile autorităților prin măsuri adoptate, circulația zvonurilor, a diferitelor teorii privind apariția virului și a conspirației au constituit elemente importante ale pandemiei (Sfetcu, 2020, pp. 62-63). Percepțiile diferite ale populației prind boala, transmiterea acesteia și riscurile generate de îmbolnăvire, precum și atitudinile diferite față de vaccinare au generat atitudini și comportamente diferite față de boală și față de măsurile publice adoptate. Catalogând pandemia ca situație deosebită, reacțiile oamenilor, indiferent de vârsta acestora, pot avea caracteristicile crizei „socio-patologice”, având ca efect o alterare a activităților zilnice (Bihun et al., 2022, p. 263).

Efectele semnificative ale pandemiei, atât în plan social cât și economic, sunt puternice: de la dificultăți economice, pierderea locurilor de muncă, scăderea veniturilor pentru o parte a populației (Zamfir & Cace,

2020, p. 14), până la suprasolicitarea sistemului sanitar și la impunerea unor măsuri de restricționare a circulației și a desfășurării unor evenimente (Zamfir & Cace, 2020, p. 14, 16). Acestea au declanșat opinii și atitudini antagonice și chiar comportamente opozante (conformare sau revoltă).

O puternică influență s-a resimțit la persoanele cu afecțiuni psihice, care se confruntau cu anxietate, depresie sau stări de panică, probleme de sănătate mintală etc. a căror vulnerabilitate a crescut în contextul declarării pandemiei (Bihun et al., p. 260). Pentru specialiști, intervenția pentru asigurarea sănătății psihice, a devenit o provocare (Zamfir & Cace, 2020, p. 17). Studiile au arătat că și alte categorii sociale au fost puternic afectate de pandemie și anume copiii, tinerii, femeile și bătrânii, iar efectele s-au resimțit atât la nivel individual cât și la nivelul comunităților, și mai ales a persoanelor vulnerabile (Stănculescu & Marin, 2022, p. 2). Singurătatea a constituit una din consecințele impunerii restricțiilor de circulații, mai puternic resimțită la persoane care aveau oricum limitate contactele sociale (Zamfir & Cace, 2020, p. 17). Vârșnicii au fost puternic afectați, atât din perspectiva sănătății mintale și fizice, cât și din perspectiva speranței de viață sau cea socială, de comunicare.

Intervențiile autorităților au avut un impact puternic, cu precădere la impunerea izolării. Statele lumii, pentru asigurarea sănătății publice, au acționat în scopul depistării focarelor de infecție și au gândit modalități de intervenție. Dincolo de analiza efectelor sociale și economice ale pandemiei, este necesară înțelegerea efectelor psihologice produse de izolare socială și singurătate (Bekh et al., 2021, pp. 279-280). În aceste condiții rețele de socializare au constituit surse pentru predicția sănătății mintale, a formării convingerilor despre sănătate (și risc) precum și al comportamentelor pentru menținerea sănătății (precauția). Cercetătorii atrag atenția că problematica vâșnicilor afectați de pandemie nu a fost suficient analizată (Coleman et al., 2022, pp. 400-401).

În contextul pandemiei s-au produs o serie de schimbări, de la cele privind solidaritatea, percepția calității vieții până la modul de viață și dezvoltarea „culturii timpului de acasă” (Zamfir & Cace, 2020, pp. 22-23). Relația cetățean-stat suferă, în special, prin diminuarea imaginii statului (Zamfir & Cace, 2020, p. 24) consecință a măsurilor luate pentru reducerea răspândirii virusului.

La nivel individual una dintre reacțiile firești la o situație nouă este aceea de a afla informații sau detalii despre experiențele altora, iar o cale aleasă este comunicarea cu ceilalți oameni, „o condiție sine qua non a desfășurării vieții sociale, folosind orice mijloc tehnic” (Bondrea, 2007, p. 187). Sunt adoptate strategii de a trece peste dificultăți (mecanism de coping). Studii recente au arătat că în contextul pandemiei femeile au demonstrat

„autonomie comportamentală” iar bărbații o mai mare „autonomie emoțională” (Sălceanu, 2022, p. 538).

Pe fondul pandemiei și a restricțiilor a crescut traficul pe internet, „ipohondrii cibernetici” (Aiken, 2019, p. 253) intensificând căutările online. Totodată, au crescut achizițiile de telefoane și laptopuri iar cumpărăturile *online* au înregistrat creștere (Zamfir & Cace, 2020, p. 244). Timpul petrecut la televizor sau navigarea pe internet s-a mărit. În condiții de izolare, dar și de acces rapid la informații, căutarea de răspunsuri pe internet sau conversația în cadrul grupurilor de socializare au constituit o soluție. Oamenii s-au „adunat” în grupuri create de alții, care au fost mânați de dorința de a ajuta.

### **Cercetare empirică privind grupurile de socializare românești înființate pe Facebook, în contextul pandemiei Covid-19**

#### ***Metodologia cercetării***

Cercetarea empirică întreprinsă este de tip fundamental, cu caracter evaluativ, urmărind obținerea de cunoștințe noi (Mărginean, 2000, p. 59) legate de comportamentul în mediul virtual ca reacție la mediul social, în contextul pandemiei Covid-19. Unitatea de analiză socială este grupul înființat pe rețeaua socială Facebook ale cărui atribute individuale vor fi identificate și discutate. Pentru aceasta, voi urmări construcția variabilelor, respectiv identificarea conceptelor utilizate, a dimensiunilor și indicatorilor corespunzători, rezultând o schemă descriptivă (cf. Mărginean, 2000, pp. 123-124). Fiecare grup a primit un cod (pentru identificare), iar prelucrarea datelor s-a realizat manual.

În explorarea evoluției grupurilor de pe Facebook dedicate problematicii Covid-19 (ca fenomen social) pornesc de la două ipoteze. Prima are în vedere că, odată cu răspândirea virusului SARS-CoV-2, au apărut pe platforma de socializare Facebook grupuri dedicate problematicii respective, în care participanții își exprimă diverse opinii sau experiențe. Aceste grupuri sunt create de persoane care declară de la început caracterul (privat sau public) și scopul grupului. A doua ipoteză este: grupurile dedicate problematicii Covid-19 reprezintă un mediu de suport pentru persoanele afectate de boală, cu atât mai mult cu cât s-a impus în unele situații izolarea la domiciliu sau carantina, iar nevoia de comunicare a crescut.

Universul cercetării este constituit din grupuri create pe Facebook. Fiecare utilizator, odată ce și-a creat contul pe Facebook, poate crea și un grup. Se poate folosi noțiunea cont, dar termeni similari pot fi profil sau pagină (Oprea, 2021, p. 48).

Analizând designul interfeței, constatăm că Facebook are configurate următoarele elemente pentru identificarea grupului: în primul rând numele grupului, apoi alegerea confidențialității, respectiv dacă este public (oricine poate vedea cine este în grup și ce postează) sau privat (doar membrii pot vedea cine este în grup și ce postează). După ce a fost creat grupul se adaugă informații cuprinse la: „despre” (în care creatorul grupului introduce un text despre rol și scop), membrii (putându-se identifica membrii grupului, existând posibilitatea de a intra pe pagina acestora), postări (istoricul postărilor) și evenimente (ce pot fi create și la care pot participa membrii grupului).

Fiecare postare sau textele scrise pot fi apreciate prin activarea funcțiilor marcate cu simboluri - emoticon: place (like), inimioara (adore), grija (inimioara îmbrățișată), lacrimi (o față cu lacrimă albastră), furie (o față roșie), mirare (uau!). Se pot face comentarii de către cei care văd postarea/textul și care vor să scrie un mesaj/răspuns. Imaginea sau textul pot fi distribuite, astfel încât să fie receptată de prietenii din listă. Pentru acest studiu conținutul postării, frecvența postărilor și reacțiile la acestea (aprecierea, comentariul și distribuirea) reprezintă interes, alături de identificarea grupurilor apărute.

Eșantionul este constituit din grupurile sociale înființate pe Facebook care au fost create în perioada de răspândire a virusului și a pandemiei de Covid 19. Am identificat un număr de 18 grupuri cu tematică dedicată pandemiei. Pentru identificarea acestora s-au folosit pentru căutare sintagmele: „grup ajutor Covid-19”, „grup bolnavi Covid-19” în datele de 07.08.2022 și 13.08.2022. Dintre acestea un grup nu a putut fi monitorizat deoarece la căutarea lui pe Facebook se primește ca răspuns „conținutul nu este disponibil momentan”. Acest grup a apărut în primele momente ale răspândirii virusului și era foarte activ. În presă se scria despre acesta că adună „mărturiile românilor care au suferit de COVID-19” (Diaconu, 2020), un grup în care m-am înscris și am urmărit activitatea în perioada octombrie - noiembrie 2021. L-am inclus în studiu pentru că reprezintă o modalitate de acces la conținutul din mediul online.

### ***Rezultatele cercetării***

Dintre grupurile identificate, 10 au caracter public (putând fi văzut conținutul de către orice persoană înscrisă pe Facebook), iar 7 au caracter privat (doar membrii putând vedea conținutul). Un grup este indisponibil (nu pot fi accesate datele grupului). Structura eșantionului investigat este prezentată în tabelul nr. 2 după câțiva indicatori: data înființare, confidențialitatea: caracter public sau privat, localizare, moderatori, administratori etc. (ordinea prezentării în tabel este cronologică a datei de înființare).

Tabelul nr. 2. Structura eșantionului (grupuri apărute în contextul pandemiei de Covid-19, existente pe Facebook în august 2022).

Cod grup	Data înființării grup	Caracterul grupului	Număr membrii la data identificării	Localizare grup	Administrator (număr și sex: f-femeie; b-bărbat)	Moderator (număr și sex)	Data identificării
G8	15 martie 2020	public	599	Slobozia , Ialomița , România	5 (1f+4b)	5 (1f+4b)	07 august 2022
G16	15 martie 2020	public	12.288		6 (5f+1b)	1 (1f)	13 august 2022
G10	16 martie 2020	privat	57	-	1 (1f)	-	07 august 2020
G17	19 martie 2020	public	1.181		4 (1f+3b)	1 (1b)	13 august 2022
G1	20 martie 2020	public	5.994	Rădăuți, Suceava	-	-	07 august 2022
G11	25 martie 2020	public	569	-	2 (2f)	-	07 august 2022
G9	29 martie 2020	privat	642		1 (1b)	-	07 august 2022
G12	29 martie 2020	public	145	-	2 (2f)	-	07 august 2022
G14	31 martie 2020	public	1.267	-	1 (1f)	1 (1b)	07 august 2022
G7	10 aprilie 2020	public	87		1 (1b)	-	07 august 2022
G15	23 aprilie 2020	privat	4	-	1 (1b)	-	07 august 2022

G4	18 iunie 2020	public	2	-	1 (neidentificabil)	-	07 august 2022
G2	10 august 2020	public	24.776	-	2 (1f+1b)	2 (1f+1b)	07 august 2022
G6	17 august 2020	privat	1.830	România	1 (1f)	-	07 august 2022
G5	18 septembrie 2020	privat	10	-	1 (1f)	-	07 august 2022
G18	Există la 08 noiembrie 2020 (Băcanu 2020)		Conținutul nu este disponibil momentan				13 august 2022
G13	7 ianuarie 2021	privat	13	-	-	-	07 august 2022
G3	26 martie 2021	privat	12.851	Tîrgu Jiu	4 (2f+2b)	-	07 august 2022

*Mențiune:* Grupul G13, începând cu data de 16.08.2022, are conținut indisponibil.

Două grupuri au fost înființate de persoane juridice (G1 înființat de o asociație neguvernamentală și G17 fiind un proiect al unei societăți cu răspundere limitată). Celelalte grupuri au fost înființate de persoane fizice, membre ale Facebook.

Inițiatorii acestor grupuri sunt atât femei, cât și bărbați. Analiza pe sexe arată că s-au implicat în administrare de grupuri 29 de persoane, dintre care 17 femei, 11 bărbați și o persoană ce nu poate fi identificată (anonimă). Aceștia li se adaugă 5 moderatori (care nu au și calitate de administratori), 2 femei și 3 bărbați. Aceste cifre sunt valabile pentru 17 grupuri. Grupul G18 nu are informații disponibile.

Analizând mărimea grupului (dată de numărul membrilor grupului) se constată că există atât grupuri foarte mici cât și grupuri mari. În tabelul nr. 3 este prezentată distribuția grupurilor dedicate problematicii Covid după numărul membrilor.

Tabelul nr. 3. Mărimea grupurilor de socializare pe tema Covid 19, de pe Facebook

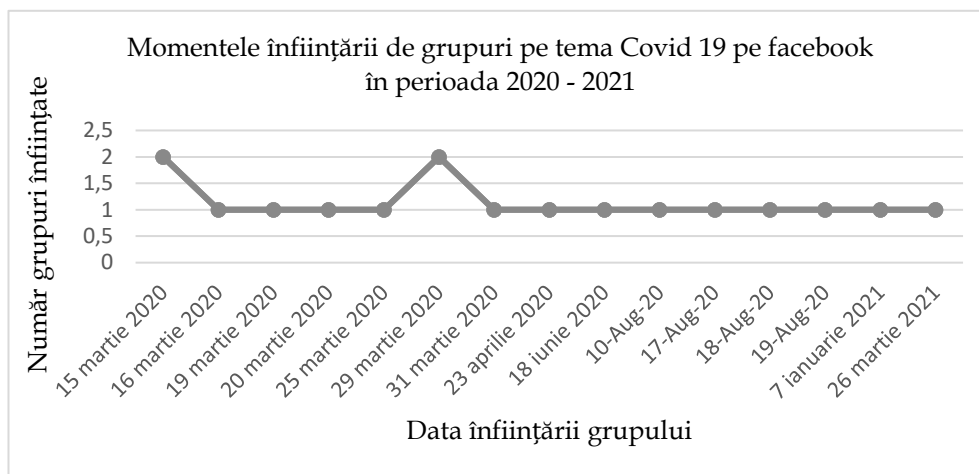
Intervale (număr membrii)	Număr de grupuri	Număr total membrii (cod grup)	Caracterul grupului
Max 3 membrii	1	2 (G4)	1 Public

4 - 10	2	4 (G4), 10 (G5)	2 Privat
11 - 50	1	13 (G13),	1 privat
51 - 100	2	87 (G7), 57 (G10),	1 public 1 privat
101 - 500	1	145 (G12)	1 public
501 -1000	3	599 (G8), 642 (G9), 569 (G11)	2 public 1 privat
1001 - 5000	3	1.830 (G6), 1.267 (G14), 1.181 (G17)	1 privat 2 public
5001 - 10.000	1	5.994 (G1)	1 Public
10.001 - 50.000	3	24.776 (G2), 12.851(G3), 12.288 (G16)	2 public 1 privat
Peste 50.000	0	-	-
Date indisponibile	1	- (G18)	
Total	18		

Cel mai mic grup are 2 persoane, cel mai mare grup are 24.776 membri. Nu putem stabili o legătură între mărimea grupului și caracterul public s-au privat, datele culese arătând că pot atinge peste 10.000 de membri atât grupurile publice cât și cele private. Nu este exclusă posibilitatea de a schimba (printr-o simplă bifare la setările grup) la un moment dat grupul public în grup privat sau invers, după cum decide administratorul.

Dintre grupurile identificate în anul 2020 s-au creat pe Facebook 16 grupuri (inclusiv G18) dintre care 9 în luna martie 2020, când s-a vorbit intens în spațiul public despre răspândirea virusului. Conform surselor oficiale luna martie a înregistrat primele cazuri pozitive în România și s-au aplicat măsuri de testare și carantinare pentru cetățenii veniți din străinătate (Covid-19. Știri oficiale, accesat 27 august 2022).

În graficul nr. 2 sunt prezentate cronologic momentele înregistrării grupurilor de socializare pe tema Covid-19.



Graficul nr. 2. Momentele înființării pe Facebook a grupurilor dedicate pandemiei Covid 19 în România

Corelând momentele de înființare a grupurilor cu cele de creștere a numărului de îmbolnăviri (a se vedea și tabelul nr. 1) se constată legătura directă: debutul s-a produs în februarie-martie 2020 (corespunde primului val) și au apărut 9 grupuri. Începând cu iunie 2020 până în februarie 2021 s-a discutat despre un nou val de cazuri (valul 2) și constatăm crearea altor 6 grupuri. În luna martie 2021 se înregistrează un nou maxim de cazuri de îmbolnăviri (valul 3) ca urmare a mai apărut un grup.

Scopul și/sau motivația înființării grupului sunt făcute publice de către inițiator (administrator), pentru a putea fi receptată de membrii interesați și atrași să adere la acel grup.

Din analiza grupurilor identificate, la momentul realizării cercetării, 9 grupuri au caracter public și 7 privat. La acestea, adăugăm grupul indisponibil (G18).

Analizând scopul declarat (din perspectiva conceptului sociologic), de inițiator, găsim că acesta acoperă mai multe dimensiuni (rezultând schema descriptivă):

Tabel nr. 4. Schema descriptivă a dimensiunilor și indicatorilor desprinși din analiza scopului

Nr. crt.	Dimensiunea	Indicatori identificați	Număr grupuri
1	Suport (sprijin, ajutor, susținere)	- ajutor direcționat către cei ce „se simt singuri în fața bolii”, cei care „au suferit în urma Covid 19” - ajutor psihologic (două grupuri administrate de psihologi)	7



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- susținere reciprocă pentru a găsi soluții și implicare pentru diminuarea impactului pandemiei</li> <li>- susținerea sistemul medical</li> </ul>	
2	Împărtășire	<ul style="list-style-type: none"> <li>- impresii, experiențe</li> <li>- informații (pro și contra despre vaccin, despre boală, utile, schimb de informații, postări)</li> </ul>	5
3	Discuții (despre:)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- coronavirus</li> <li>- ce putem face</li> <li>- opinii</li> <li>- sistemul medical</li> <li>- calitatea vieții</li> </ul>	2
4	Conectare	<ul style="list-style-type: none"> <li>- legătura între supraviețuitori, cei care luptă cu virusul și medici</li> </ul>	1
5	Implicare (acțiune)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- voluntară</li> <li>- a specialiștilor din sistemul de sănătate</li> <li>- pentru a susține sistemul medical</li> </ul>	3
6	Inițiativa/ spirit civic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a ajuta pe cei care au suferit în urma coronavirus.</li> </ul>	2

Scopul declarat este întărit de o serie de motivații sau credințe formulate de inițiatori grupurilor. O motivație este aceea de a fi împărtășite experiențele trăite („proprie”) și nu zvonurile sau informații culese de alte surse (cu nivel de încredere scăzut). Alți inițiatori au convingerea că „societatea civilă se poate mobiliza și colabora pentru a răspunde unei situații de criză”. Criză care, la momentul creării grupului, era descrisă de o persoană astfel: „crize mondiale care afectează atât sănătatea fiecăruia cât și integritatea socială a fiecăruia prin măsurile ce se impun”.

Constatăm legătură între apariția grupurilor pe Facebook orientate spre susținerea celor afectați de contaminarea cu virusul SARS CoV-2 și perioada de creștere a cazurilor de îmbolnăviri, confirmând prima ipoteză a acestui studiu.

Dat fiind volumul mare de discuții în cadrul grupurilor am selectat aleatoriu câteva grupuri al căror conținut l-am evaluat, respectiv G1, G2, G8 și G12. Din analiza postărilor în grupurile existente constatăm varietatea temelor de discuții, a îngrijorărilor și multitudinea textelor din partea a numeroși membrii. În funcție de scopul declarat al grupului și de activitatea inițiatorilor/administratorilor au primat postări privind acțiunile întreprinse în comunitate (G1, G12, G8) sau cele de împărtășire a experiențelor proprii (G2) ori oferire de suport psihologic (G12, G16).

Evaluând activitatea grupului G2 (foarte activ) s-a observat că postările membrilor descriau experiențele proprii: manifestări ale bolii, testări făcute, medicație luată, efecte ale medicamentelor, stare psihică,

Analele Universității Dunărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 18, 2023, pp. 221-246.

experiența cu sistemul sanitar etc. Fiecare comentariu venit din partea membrilor grupului conținea informații despre boală, mesaje de susținere, investigații realizate etc. Administratorii grupului au realizat o fixare pe subiecte a postărilor, situația fiind prezentată în tabelul nr. 5.

Tabel nr. 5. Subiecte fixate de administrator în grupul G2 (preluate de pe pagina grupului)

Subiecte fixate de administrator	Număr postări	Subiecte fixate de administrator	Număr postări
#xpvaccinare	467	#TesteAnticorpi	238
#gustmiros	149	#testerapide	135
#copii	89	#reinfectare	76
#aparateoxigen	61	#tuse	57
#tratamente	48	#digestive	47
#saturatieOxigen	46	#anunturi	46
#cadereaparului	46	#febra	43
#ATI	42	#concediumedical	32
#gravide	32	#vitaminesuplimente	31
#bebelusi	29	#antibiotic	29
#eruptiurticarii	27	#oboseala	26
#menstruatie	23	#anxietatepanica	22
#durerecap	21	#AZITROMICINA	20
#testarert_pcr	20	#glicemie	17
#anticoagulant	15	#tensiune	13
#oximetru	13	#vaccinantigripal	12
#fumatori	12	#Legislative	10
#insomnie	9	#evaluarepostcovid	7
#multumiri	4	#temperaturasazuta	3
#problemeneurologice	1		

Diversitatea tematică a postărilor în perioada iunie-august 2022 include referiri la: experiențe legate de Covid-19 (aproximativ 25 postări în iunie); rezultate ale testărilor (cu poză sau fără), interpretarea testului, teste anticorpi, retestarea, informații despre medicație (administrare, utilizare produse medicale etc.), reacții fiziologice puse pe seama covid, informații despre long covid, mărturii despre simptome, stări, detalii privind stadiul bolii, depresie declarată (aproximativ 130 postări în luna iulie); solicitare detalii despre carantinare (dacă mai există), avertizare a moderatorului grupului de a nu se recomanda medicație, testare pozitivă, descriere stare psihică (femeie însărcinată „cedez psihic”), informații despre tulpina Omicron, obținere certificat verde în Germania, copii bolnavi de covid, simptome, infestare/reinfestare, căderea părului (aproximativ 180 postări în luna august). Se remarcă o participare activă a membrilor fie prin reacții (*like*, *tristețe*, *uau!* etc.), fie prin comentarii numeroase.

Analele Universității Dunărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 18, 2023, pp. 221-246.

Pagina grupului G1, gestionată de o persoană care reprezintă o echipă de voluntari, s-a caracterizat printr-o activitate intensă în anul 2020, ca începând cu anul 2021 să nu mai aibă postări, situație menținută până în luna august 2022, când s-a postat un anunț de vânzare a unui apartament, fără legătură cu scopul grupului. Administratorul grupului a realizat o fixare a subiectelor, acestea fiind prezentate în tabelul nr. 6.

Tabel nr. 6. Subiecte fixate de administrator în grupul G1 (preluate de pe pagina grupului)

Subiectele fixate de administrator	Număr postări	Subiectele fixate de administrator	Număr postări
#spitalsuceava	17	#informații generale	15
#spitalulrădăuți	13	#suport psihologic	13
#sprijinlocal	12	#măsurilanelnațional	9
#responsabilitate	8	#donații	6
#bunepRACTICI	6	#materiale sanitare	6
#livrareladomiciliu	6	#informații medicale generale	5
#TelefoaneUtile	4	#măsurilocale	3
#Formulare	3	#știridelaniveljudețean	2
#petiție	2	#StatisticiOficiale	1
#licitații caritabile	1	#suportit	1

Grupul G15, declarat ca fiind de prim ajutor psihologic, este activ întreaga perioadă observată (chiar dacă nu sunt postări foarte numeroase), de la înființare până în luna august 2022, subiectul postărilor fiind în majoritatea cazurilor, corespunzător scopului. În tabelul nr. 7 sunt prezentate subiectele fixate de administratorul grupului.

Tabel nr. 7. Subiecte fixate de administrator în grupul G16 (preluate de pe pagina grupului)

Subiectele fixate de administrator	Număr postări	Subiectele fixate de administrator	Număr postări
#materialediverseajutătoare	38	#anunțuri importante	15
#cererideajutor psihologic	10		

Constatăm varietatea subiectelor abordate în cadrul grupurilor și reținem subiectul „ajutor psihologic” fixat de administrator, fapt ce arată nevoia de comunicare a membrilor grupului dar și situațiile de solicitare a sprijinului psihologic, confirmând a doua ipoteză a studiului.

Voi prezenta câteva exemple de cazuri de afectarea psihică și rolul de susținere al grupului online. Am păstrat punctuația și grafia așa cum au scris autorii pe pagina de socializare (considerând că se corelează cu starea psihică a persoanelor și cu reducerea autocontrolului privind exprimarea corectă).

Am folosit pentru identificare inițialele numelui utilizatorului rețelei și, unde a fost posibil, am precizat sexul).

Caz 1 (bărbat): MB – text postat în data de 26 august 2022: „A avut cine plamarii afectati 80% si cu ce traume a ramas daca a scapat cu viata? Va rog sa va rugati pentru soția mea care se zbate între viață și moarte.” (cu completare la comentariu: „soția e la ATI cu 80% afectați dar are și diabet+transplant renal. Numai o minune o poate salva. Acum primește 40 litri de oxigen pe minut.”)

Reacții la postare: 22 (11 tristețe, 8 grijă, 3 like)

Număr comentarii: 44

Număr distribuiri: 1

După o serie de opinii/informații și încurajări de la membrii grupului, MB scrie: „Doamne ajuta! Va mulțumesc la toți care sunteți alături de mine.” Unui alt membru, MB îi scrie: „Azi am fost la trei biserici din Bucuresti si am lasat liturghii si acatiste de 40 zile.” Apoi completează: „am fost anul trecut o știu dar sunt prea obosit psihic zilnic la sotie la spital. Multumesc. Azi am întrebat la spital de transfuzie de plasma. E SF pentru ei ce vorbim cred că nici Matei Balș nu face.”

Caz 2 (femeie): DS – text postat în data de 21 noiembrie 2020: „Nu am mai rezistat și acum la ora 6 am luat o pastila, de azitrox. Toată noaptea friguri și temp peste 38. nu scădea nici cu algocalmin. Acum am pulsul 122. nu știu dacă pot lua, metoprolol. E mare de frica și de Raul din corp.. Nu am dormit deloc. Soțul meu are simptome medii el are imunitatea mai buna și e nervos ca îl chinui. Își pierde răbdarea, și ridică, tonul deși nu l deranjez, stam separat. Cum sa am speranța de bine, de, ce sa ma, agat? Nu mai am putere. Nu va, supărați ca am făcut atâtea postari. Am comandat și un pulsoximetru vine tocmai marți. Cum sa monitorizez respirația pana, atunci.?”

Reacții la postare: 48 (21 grijă, 15 tristețe, 11 like, 1 furie)

Număr distribuiri: 2

Număr comentarii: 151: La un comentariu-recomandare DS completează: „Da mulțumesc sunteți f drăguță. Eu sunt continuu sa, sun la, 112 dar groaza sa, stau în frig afara încă ma oprește. Azi am luat 2 anxiolitice xanax și acum anxiar. Am și un antidepr nu l am mai luat de o săptămână ca nu știu dacă mergea cu azitrimicina. Oare as putea lua? Nu mai rezist de nesomn, nu pot dormi de frica”

Caz 3 (femeie) RD - text postat în data de 22 iulie 2022 „Buna diminenta. După o sapt de covid pozitiv, cu izolare, am ieșit negativ. Am fost la “evaluare post covid”. Am trecut cu ghilimele pentru ca am fost evaluată doar pe hârtie, nu si ca la carte de MF. Am insistat sa îmi dea un bilet pentru analize, nu vrea. Mi-a zis sa aștept 2-3 sapt pentru ca oricum ies varza. / Problema sta în felul următor. Am rămas cu ceva simptome destul de nasoale. Tremur, mâncărimi pe tot corpul (am luat claritine, au dispărut si iar au apărut). Niște pete care apar si dispar. Ceata “la creier”, oboseala, anxietate la cote maxime, mi se zbate ochi drept, o caldura după ceafa, în partea dreapta. Sunt insuportabile. Aseară am început sa plâng efectiv

*pentru ca nu mai pot. Nu pot face nimic, am 2 copilași care au nevoie de mine și eu nu sunt bine deloc. Plus caldura de afara nu ma ajuta. Doresc sa le fac eu din inițiativa mea. MF nici nu își da interesul. A mai avut cineva simptome de genul? Încotro sa o iau prima data? Tin sa precizez ca doctorul mi-a dat doar niște vitamine care nu ma ajuta deloc. Nu exclud sa fie si din cauza anxietății, având in vedere ca m-am panicat cand am aflat ca si piticul de 10 luni a luat de la mine. / Va Multumesc tuturor care va rupeți un minut pentru a Răspunde."*

Reacții la postare: 27 (13 like, 9 tristețe, 5 grijă)

Număr comentarii: 55 (un răspuns de la LL (femeie): „Trebuie sa ai răbdare! / Eu ,infectată de doua ori !/Ultima în februarie ac. / Nenorocitul asta de virus îți dă peste cap tot organismul! / Am rămas cu multe ,multe sechele.. / Cu răbdare sper sa treacă! / Multă,multă sănătate!'" (comentariu cu 2 reacții: 1like, 1 tristețe)

Caz 4 (femeie): ZF - text postat în data de 3 noiembrie 2021: „Oameni buni nu mai pot dupa covid fac atacuri de panica în somn am insomni nu știu ce voi mai face simt ca mor ajutați ma vă rog nu am bani de psiholog ce sa fac am fost la un psihiatru care mi a dat anxiar am luat vro saptamâna mi a fost frică sa nu devin dependentă și l am oprit de câteva zile nu știu ce să fac am nevoie de un psiholog dar nu am bani ce sa fac ajutați mă că nu mai pot"

Reacții la postare: 32 (14 grijă, 9 like, 8 tristețe, 1 love)

Distribuiri: 2

Comentarii: 155 (un răspuns de la DCN (femeie): „Bună seara! Am avut și eu cele mai horror coșmaruri...ieșeam din adâncul pământului întunecat și parca spârgeam straturi ca de sticlă...sa ies la suprafață, în fiecare noapte după care nu mai puteam adormi.Am fost epuizată și am făcut și intoxicație de la medicamente...credeam ca nu-mi voi mai reveni. O lună și jumătate am fost fără putere, oboseală maximă de ma țineam de pereti...credeam ca nu-mi voi mai reveni niciodată. Dar cu credință și răbdare am reușit într-un fel să înving cea fost mai rau apoi a urmat o perioadă când am avut cădere masivă de par...dar și asta a durat vreo două luni însă la un moment dat a început să se degereze. Credință și răbdare, răbdare și credință. Doamne ajuta sa va faceti bine cât de curând...ce a fost mai greu ati depasit ! ♥"

Putem afirma că grupurile Covid-19 au reprezentat un mediu de suport pentru persoanele afectate de boală, cu atât mai mult cu cât s-a impus carantina, iar comunicarea cu apropiații și cu medicii s-a realizat prin telefon sau mijloace de comunicare mediate prin computer. În cadrul grupurilor au avut posibilitatea de a pune întrebări, de a afla detalii despre boală și simptome, despre medicație etc. În același timp, au fost persoane afectate psihic, pentru care grupul virtual a fost un mediu favorabil exteriorizării stărilor și de susținere și încurajări de la alte persoane.

### **Discuții și limite**

Multe alte aspecte pot fi cercetate pentru a reda întreaga problematică desprinsă din analiza grupurilor, datorită vastității și particularităților regăsite. Numeroase alte elemente ar putea fi analizate: numărul postărilor pe lună/an pentru a aprecia cu acuratețe intensitatea activității grupului, tipologia comentatorilor, tipologia problematicii, identitate reală – anonimă etc. Un alt aspect interesant de studiat este dinamica grupului în raport cu evoluția pandemiei (dacă acesta capătă amploare în interiorul grupului prin creșterea exprimării opiniilor și prin ieșiri sau intrări ale membrilor și dinamica grupului dacă transmiterea virusului scade. Trezesc interes și conduita inițiatorilor, aspecte sociale și psihologice care determină actul creării unui grup pe rețele de socializare, fațete ale activismului virtual, analiza opiniilor anonimilor etc.

Studiul prezintă câteva limite: nu există certitudinea că au fost identificate toate grupurile dedicate problematicii. Deși s-au folosit mai multe sintagme rezultatele căutării au evidențiat aceleași grupuri incluse în cercetare.

Intensitatea activității grupului este dificil de măsurat necesitând stabilirea intervalelor de intensitate și itemi specifici. Deși în studiu am făcut referire la această caracteristică a grupului, este necesară aprofundarea acesteia pentru a înregistra numărul postărilor în cadrul grupului (este o muncă laborioasă, presupune acces la setările grupului și implicit, colaborarea cu administratorii grupurilor).

### **Concluzii**

Explorarea grupurilor sociale din mediul online este necesară, căci din ce în ce mai multe persoane petrec timpul în fața unui computer și caută interacțiuni umane pe rețele de socializare. O nouă lume se construiește și atrage tot mai mulți utilizatori.

Mediul online este o zonă care oferă posibilități diverse: de informare, de comunicare, dar și de afirmare. Reprezintă spațiul în care oamenii își petrec timpul fie într-o pauză, fie după ce finalizează activitățile profesionale ori familiale. O schimbare semnificativă a stilului de viață s-a produs în momentul în care oamenii au avut posibilitatea de a comunica rapid prin intermediul rețelelor de socializare.

În contextul pandemiei de Covid-19, s-a produs expunerea indivizilor la noi riscuri de îmbolnăvire, temeri legate de boală, conformarea la reguli impuse de autorități etc. Nevoia de a împărtăși experiențe, dorința de a ajuta pe alții au generat acte de acțiune în mediul online, respectiv pe Facebook. Apariția grupurilor odată cu răspândirea virusului SARS-CoV-2 arată capacitatea oamenilor de mobilizare pe Facebook cu scopul oferirii sprijinului prin crearea unui spațiu de discuții și transmitere de informații

specifice despre virus dar și de promovarea a acțiunilor de solidaritate și a rețelelor sociale de sprijin comunitar.

Analiza conținuturilor comunicărilor în cadrul grupului arată atât preocupările administratorilor de a susține pe cei care s-au înscris în grup cât și temele de interes ale membrilor, problemele pe care le întâmpină și intensitatea cu care au loc schimburile de informații și de acte de susținere emoțională.

Subiectele abordate de membrii grupurilor sunt variate. Aceste medii virtuale au facilitat exprimarea cererilor de ajutor, solicitarea sau oferire de informații despre evoluția bolii, căutare de cazuri similare etc. Oamenii au avut posibilitatea de a comunica – grupul a funcționat ca o adevărată comunitate, în care membrii comunică și se ajută atunci când au nevoie.

Intensitatea activității în cadrul grupului variază în funcție de mărimea grupului, de tipul postărilor promovate de moderator și de subiectele abordate de membrii grupului. Cea mai mare intensitate a activității s-a constatat la grupurile în care membrii discută despre experiențele personale, despre simptome ale bolii și despre medicația luată. În grupurile în care sunt postate informații și imagini cu acțiuni întreprinse de grupuri de voluntari au o reacție moderată din partea membrilor, iar cele care prezintă intervenții și decizii ale autorilor publice nu se bucură de reacții numeroase din partea membrilor.

Unele grupuri au rămas active pe toată perioada pandemiei, mai ales cele în care membri împărtășeau experiențe proprii și cereau sfaturi, recomandări ori căutau persoane cu situație similară. Grupurile care promovau activitatea proprie (a unei asociații, a unor specialiști sau altă entitate juridică) s-au păstrat active atât timp cât administratorul a postat diferite evenimente.

Dovada existenței și activității grupului există atât timp cât administratorul decide acest lucru. În cazul a două grupuri, am asistat la „indisponibilitatea conținuturilor” acestora. Grupurile private au caracterul unor „societăți secrete”, știm că există, știm mărimea grupului, cine îl administrează, dar activitatea nu este publică. Pentru a vedea conținutul, este necesară aderarea (înscrierea) la grup, aspect care se poate finaliza cu accept, ignorare sau refuz din partea administratorului.

Fie că sunt grupuri de discuții, grupuri în care sunt prezentate acțiuni ale organizațiilor și autorităților ori grupuri create de specialiști, existența lor în spațiul virtual face posibilă legătura între oameni, dar și păstrarea unor mărturii ale situațiilor trăite.

**Bibliografie**

- Aiken, M. 2019. *The Cyber effect. Psihologia comportamentului uman în mediul online*. Tradus de V. Bontăș. București: Niculescu.
- Bekh, V., Yaroshenko, A., Muliari, V., Stepanova, O. și Artimonova, T. (2021). „Pandemic as a Factor of Deformation of Social Time and Space”. În *Postmodern Community. Postmodern Openings*, 12(4): 272-281. <https://doi.org/10.18662/po/12.4/374>.
- Bihun, N., Tverezovska, N., Vdovichenko, O., Barinova, N., Kocharian, A. and Kazanzhy, M. 2022. „Psychotherapy in Dealing With Crises in the COVID-19 Pandemic”. În *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience* 13 (2):259-72. <https://doi.org/10.18662/brain/13.2/342>.
- Bondrea, A. 2007. *Sociologiei opiniei publice și a mass-media*. București: Editura Fundației România de mâine .
- Chelcea, S. 2021. *Psihosociologie: teorii, cercetări, aplicații*. București: Pro Universitaria.
- Coleman, M. E., Manchella, M. K., Roth, A. R., Peng, S. și Perry, B. L. (2022). „What kinds of social networks protect older adults' health during a pandemic? The tradeoff between preventing infection and promoting mental health”. În *Social Networks* 70 (2022): 393-402. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9140769/pdf/main.pdf>.
- Covid-19. Știri oficiale, <https://covid19.stirioficiale.ro/informatii?page=179>. Consultat la data 27 august 2022.
- Diaconu, M. (2020). „Grupurile Facebook unde oamenii care au avut COVID-19 își împărtășesc experiențele”. În *Rotalianul. Revista românului din Italia*. 8.11.2020. <https://www.rotalianul.com/grupurile-facebook-unde-oamenii-care-au-avut-covid-19-isi-impartasesc-experientele>.
- Etzioni, A. 2002. *Societatea monocromă*. Iași: Polirom.
- Facebook: <https://about.facebook.com/company-info/>. Consultată la data 11.08.2022.
- Gîfu, D. (2014). „Identitatea forumiștilor în mediul virtual”. În Șoitu, L. (ed). *Mesajul. Conținut și relație*. Institutul European. Accesibil online: [https://www.researchgate.net/publication/275462507\\_IDENTITATEA\\_FORUMISTILOR\\_IN\\_MEDIUL\\_VIRTUAL](https://www.researchgate.net/publication/275462507_IDENTITATEA_FORUMISTILOR_IN_MEDIUL_VIRTUAL).
- Gorincioi, V. (2018). „Grupul virtual - O nouă formă de organizare”. În *Studia Universitatis Moldaviae*, nr.9 (119). [http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2113/31.p.144-148\\_119.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2113/31.p.144-148_119.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Hampton, K. N., Sessions Goulet, L., Rainie, L. și Purcell, K. (2011). „Social
- Analele Universității Dunărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 18, 2023, pp. 221-246.*



- networking sites and our lives. Washinton", D.C.: Pew Research Center's Internet & American Life Project. file:///C:/Users/40721/Downloads/PIP\_\_Social\_networking\_sites\_and\_our\_lives.pdf.
- Hatos, A. (2006). „Lideri, participanți și pasivi: resurse individuale pentru participarea individuală”. În *O nouă provocare: dezvoltarea socială*. Coordonatori Zamfir, C. Și Stoica, L. pp: 179-194. Iași: Polirom.
- Hâncean, M.-G. 2014. *Rețele sociale: teorie, metodologie și aplicații*. Iași: Polirom, pp. 179-194.
- Heinrichs, J. H., Lim, J.-S. și Lim, K.-S. (2011). „Influence of social networking site and user access method on socialmedia evaluation”. În *Journal of Consumer Behaviour*, J. Consumer Behav.10: 347-355 (2011). DOI:10.1002/cb.377. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/cb.377>.
- Khairifa, F., Lubis, S. și Zulkarnain I. (2019). „The Relationship of Social Media Usage to the Satisfaction and Practice of Friendship (Silaturahmi) among Students of Universitas Sumatera Utara”. În *Budapest International Research and Critics Institute – Journal*, colume 2, no.4 : 575-589. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.660>.
- Marshall, G. și Scott, J. 2014. *Dicționar de sociologie*. București: All.
- Mărginean, I. 2000. *Proiectarea cercetării sociologice*. Iași: Polirom.
- Oprea, B. 2021. *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică*. Iași: Polirom.
- Our World in Data. <https://ourworldindata.org/coronavirus#explore-the-global-situation>. Consultat în perioada 27-28 august 2022.
- Roșcan, A. și Deac, I. 2018. *Comunicare și influențare socială*. București: Editura Centrul Tehnic-Editorial al Armatei.
- Sălceanu, C. (2022). „Coping Mechanisms and Emotional Distress for Young People and Adults in Pandemic Context”. În *Postmodern Openings* 13(2). pp. 528-549. DOI: 10.18662/po/13.2/470 <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/po/article/view/5199/3786>).
- Sfetcu, N., (2020). „Pandemia COVID-19 – Abordări filosofice”. În *MultiMedia Publishing*. DOI: 10.13140/RG.2.2.27611.39205. <https://philpapers.org/archive/NICPC-3.pdf>.
- Statista. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Consultat la data 10.08.2022.
- Stănculescu, M. S. și Marin, A. M. (2022). „Health-Related Effects at the Outbreak of COVID-19 Pandemic in Vulnerable Communities of Romania”. În *Calitatea Vieții*, 33(1), pp. 1-18. <https://doi.org/10.46841/RCV.2022.01.03>.
- Stoiciu, G. (2019). „Expansiunea social media și transformarea
- Analele Universității Dumărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 18, 2023, pp. 221-246.

- angajamentului civic". În *Revista română de sociologie*, serie nouă, anul XXX, nr. 5-6, pp. 373-389. <https://www.revistadesociologie.ro/sites/default/files/04-gabriels.pdf>.
- Tănase, T. (2014). *Comunicarea politică prin Social Media și reacțiile publicului online*. Editura Universitară. DOI: 10.5682/9786062800925, disponibil online: [https://www.researchgate.net/publication/270615498\\_Comunicarea\\_politica\\_prin\\_Social\\_Media\\_si\\_reactiile\\_publicului\\_online#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/270615498_Comunicarea_politica_prin_Social_Media_si_reactiile_publicului_online#fullTextFileContent).
- Turk, V. 2019. *Maniere digitale*. București: Baroque Books & Arts,
- Twenge, J. M. 2020. *Generația internetului*. București: Baroque Books & Arts,
- Zamfir, C. și Căce, S. 2020. *Covid 19 în România – date, analize, evoluții și statistici*. București: Expert, accesibil online: <http://www.iccv.ro/wp-content/uploads/2021/01/Covid-19-in-Romania.pdf>.
- Valkenburg, P. M. și Taylor Piotrowski, J. 2018. *Generația digitală și dependența de media*. București: Niculescu.
- Winkin, Y. (2001). „Comunicarea interpersonală: o abordare antropologică”. În *Dinamica grupurilor*. Coordonat de De Visscher, P., Neculau, A., pp: 140-154. Iași: Polirom.