

## Efectul social media asupra Generației Z: 1 din 5 tineri își dorește sa devina celebru



**Într-o perioada dominată de instabilitate, lipsa motivației (64%), oboseala (50%) și stările emoționale fluctuante (46%) sunt principalele provocări cu care se confruntă tinerii, după cum arată studiul național Insights PulseZ, aflat la a treia ediție în 2022.**

Specialiștii programelor naționale “Vreau sa Fiu Antreprenor” (VSFA) și “Insights” – parte a organizației Romanian Business Leaders (RBL), în colaborare cu agenția pentru studii de piață IZI data – au colectat și analizat răspunsurile a peste 1.200 de tineri din România pentru a elabora studiul Insights PulseZ. Scopul este de a surprinde stările și comportamentele în mediul online sau de consum ale tinerilor, precum și nevoile, motivațiile personale și preferințele lor. Din Generația Z se considera ca fac parte toți tinerii născuți între 1995 și 2010.

*”Problemele din societatea noastră se oglindesc imediat în viața tinerilor. Este ceea ce constatăm în urma studiilor Insight PulseZ. Anul acesta am adăugat în chestionarul adresat tinerilor mai multe elemente pentru a identifica și mai bine dificultățile cu care se confruntă aceștia. În topul acestora se mențin pe primele poziții lipsa resurselor financiare și consilierii în cariera, carora se adaugă bullying-ul și lipsa oportunităților de dezvoltare”,* a declarat Alin-Claudiu Apostu, Project Manager pentru Insights și Vreau sa fiu Antreprenor.

Peste jumătate dintre respondenți simt nevoia de educație financiară și organizare personală, gestionare a emoțiilor și de dezvoltare a abilităților sociale. În comparație cu băieții, fetele sunt sensibil mai mult afectate de provocări precum lipsa motivației (68% vs 58% băieții), oboseala (55% vs 45%), stările emoționale fluctuante (53% vs 37%) și anxietatea (50% vs 35%). Vocea Generației Z devine mai puternică de la an la an, iar nevoile acestora trebuie să fie adresate de către instituțiile guvernamentale, corporații și angajatori, cât și părinții și prietenii tinerilor deoarece aceasta generație este viitorul.

### **Prioritatea tinerilor este independența financiară**

68% dintre tineri își doresc să aibă mai multă încredere în sine, iar 60% dintre ei își doresc să își poată gestiona mai bine timpul. Acestea sunt principalele două dorințe ale tinerilor, pe lângă acestea un nou trend emergent în rândul tinerilor de 16-18 ani este de a deveni cunoscuți precum o celebritate. Mediul digital este un catalizator al acestui fenomen, datorită prezenței influencerilor pe care tinerii îi iau drept exemplu. Aproape 1 din 5 tineri își

dorește aceasta popularitate în mediul online, comparativ cu 5% sau 3% din rândul grupelor de tineri de 18-24 ani.

### **Profilul liceului are impact asupra modului de învățare, tinerii alocă studiului circa 3 ore pe zi**

Pentru a-și susține dorințele și scopurile în viața tendințele în modul de învățare diferă în funcție de vârsta respondenților. 37% din tinerii din grupa de vârstă 16-18 ani preferă să învețe mai mult într-un sistem formal (la școală, ore de curs private și biblioteci publice), în timp ce jumătate dintre tinerii de 22-24 de ani aleg în egală măsură atât sistemul formal, cât și cel non-formal (în format online, pe platforme precum Google, Wiki, Youtube, Tik Tok, podcasturi și alte tipuri de surse).

În medie tinerii ar alocă circa 3 ore pe zi studiului, liderii grupelor de vârstă fiind cei de 19-21 de ani cu 2,93 ore pe zi. Și aici apar diferențe între mediul urban și rural: tinerii din mediul urban alocă în medie mai mult timp studiului, comparativ cu cei din mediul rural. Tinerii de la profilul uman alocă mai mult timp studiului comparativ cu cei de la profilul real, însă nu depășesc 3 ore de studiu pe zi.

### **99% dintre tinerii generației Z folosesc YouTube, cu o medie de peste 2 ore pe zi**

Youtube este cea mai menționată platformă, având o medie zilnică de 2.3 ore, urmată de Instagram (2.3 ore), Facebook/ Messenger și TikTok (1.6 ore).

*„Utilizarea atât de populară a Youtube este una dintre veștile bune care reies din acest studiu. De ce? În primul rând pentru că tinerii generației Z folosesc acest spațiu pentru a învăța, a urmări diverse cursuri, a se informa și, mai ales, pentru a-și dezvolta personalitatea. Astfel, utilizarea rețelelor creează tendințe noi de învățare, inovative, pe care tinerii le încorporează în procesele lor de informare și învățare. Acest comportament va trebui preluat și integrat de instituțiile educaționale și companii ca un mod nou de a preda și a capta atenția Generației Z”, a declarat Monica Musca, Managing Partner First PR Agency.*

Băieții folosesc Youtube și Discord semnificativ mai mult decât fetele, în timp ce fetele petrec mai multe ore pe TikTok, în comparație cu băieții. De asemenea, se observă că utilizarea WhatsApp crește o dată cu vârsta, asemenea emailului.

### **Aplicațiile bancare cresc în popularitate: BT Pay și Revolut ocupa primele poziții**

Cele mai populare moduri de transfer bancar în rândul tinerilor sunt de transfer direct prin aplicația bancii către clienții aceleiași banci (49%), urmate de Revolut (40%) și de transfer prin IBAN (36%). Grupa de vârstă 22-24 de ani este cea care efectuează cele mai multe tranzacții, iar 36% din tinerii de 16-18 ani nu transferă bani de obicei, ca o concluzie fiind că astfel de nevoi apar odată cu vârsta majoratului.

În cadrul aplicațiilor bancare folosite de tineri pentru a-și gestiona resursele financiare, Revolut ocupă primul loc în topul platformelor bancare având ca utilizatori 40% dintre tineri. Cei doi competitori menționați, Revolut și BT Pay, rămân lideri detașați în top, urmați de George România, Google Pay și Raiffeisen Mobile. După grupele de vârstă, 25% din tinerii de 16-18 ani nu folosesc aplicații bancare, 46% dintre tinerii de 19-21 de ani folosesc Revolut, iar pentru grupa de vârstă 22-24 platformele BT au cea mai mare pondere de 36%.

---

Studiul „Insights PulseZ” surprinde starea Generației Z în 2022

Aflat la cea de-a treia ediție, studiul „Insights PulseZ” a fost conceput și coordonat de specialiștii programelor naționale antreprenoriale „Vreau sa Fiu Antreprenor” (VSFA) și „Insights” - din cadrul organizației Romanian Business Leaders (RBL) în rândul a aproximativ 1.200 de tineri din România cu vârste cuprinse între 16-24 de ani, fiind reprezentativ la nivel național din punct de vedere al distribuției pe sexe, regiunii și mediului urban-rural. Cercetarea s-a axat pe surprinderea starilor, comportamentelor, intereselor și dorințelor tinerilor din România, în noul context pandemic, membri ai generației Z.

Puteți descărca varianta publică a studiului [aici](#).

Studiul a fost realizat cu sprijinul partenerilor de cercetare IZI data și susținerea partenerilor: Banca Transilvania, CAT Music, Chilli Ideas, Aegon, KRUK România, Bursa de Valori București, BDO. Parteneri media: AGERPRES, Curs de Guvernare, IQads, Revista Cariere, Adservio, New Money, Economistul, România Durabila, Club Economic. Partener pe partea de comunicare este First PR Agency, iar pentru monitorizarea presei: Klarmedia.