De la scroll la control.

Tipare de gândire când consumăm conținut online



CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT

Programul de Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.

SNOOP Educativ

- Dacă ar fi să vă gândiți la lucrurile pe care le faceți pe telefon zilnic ați spune...
- Care e diferența dintre scrolling și doomscrolling?
- De ce credeți că urmărim atât de multe lucruri și atâția oameni online și parcă nu ne putem desprinde?
- Câte ore credeți că petrec online liceenii din România? Dar voi?





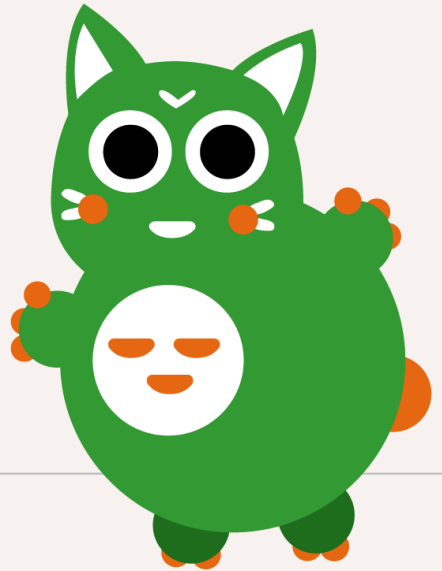
De la Roblox la TikTok, platformele îi antrenează pe copii să caute recompensa ca la păcănele

Snoop
11,8 K de abonați
Abonează-te
314
Trimite
Descarcă
Decupaj

https://youtu.be/slbrN5s9jzU

Și totuși, de ce acționăm așa?

E vorba despre tiparele de gândire, mecanisme automate din creierul nostru care ne împing să acționăm într-o anumită formă chiar fără să ne mai dăm seama că o facem.



Cum se produce asta?

- Efectul de turmă
- Atracția pentru povești
- Atracția pentru recompense



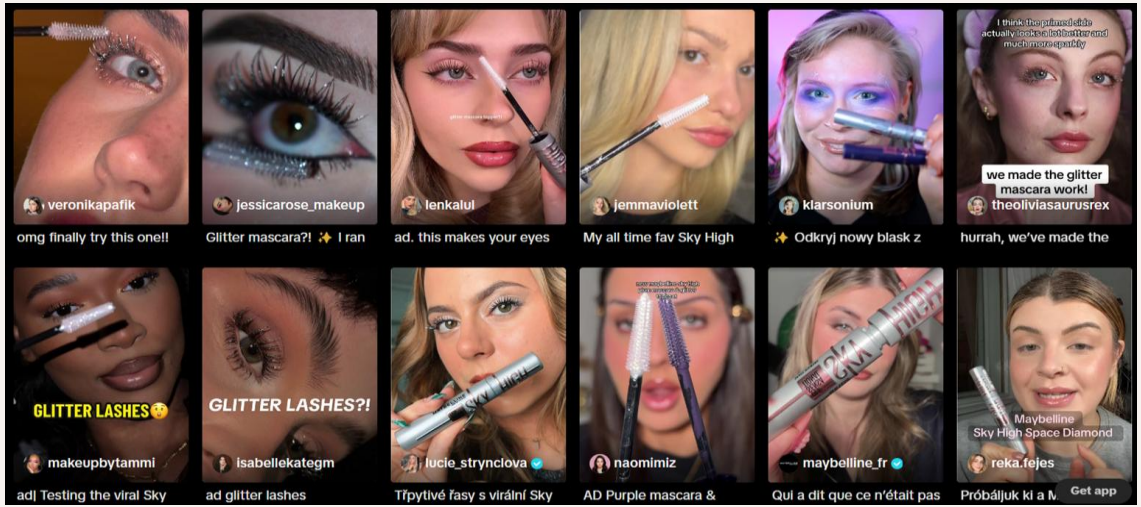
Efectul de turmă

Tendința de a gândi sau de a ne comporta într-un anumit fel doar pentru că **un grup mare de persoane face același lucru.**

Efectul de turmă ne poate predispune să considerăm **ceva popular ca fiind corect sau mai valoros**, chiar și atunci când nu este cazul.



Exemplu: O campanie pentru lansarea unui nou rimel marca Maybelline (același mesaj, același format de videoclip pe rețelele sociale) creează impresia, prin intermediul influencerilor, că este un produs care nu poate fi ratat, pentru că toată lumea l-ar folosi.



Atracția pentru povești

Tendința naturală a oamenilor de a înțelege și a reține mai ușor **informațiile prezentate sub formă de poveste**, chiar și atunci când povestea nu este completă sau prezintă greșit sau fals fapte.



Exemplu: Un videoclip care arată cum este salvat un pui de urs polar de către o echipă de navigatori devine viral pe rețelele sociale, oamenii felicitând echipajul pentru gestul făcut. Videoclipul ajunge să aibă peste 130 de milioane de vizualizări și este distribuit masiv.

Pentru că spune o poveste înduioșătoare, la care oamenii au reacționat emoțional, o parte dintre aceștia nu au sesizat că videoul este de fapt generat cu inteligență artificială și că acel echipaj și ursul salvat nu sunt de fapt reali.



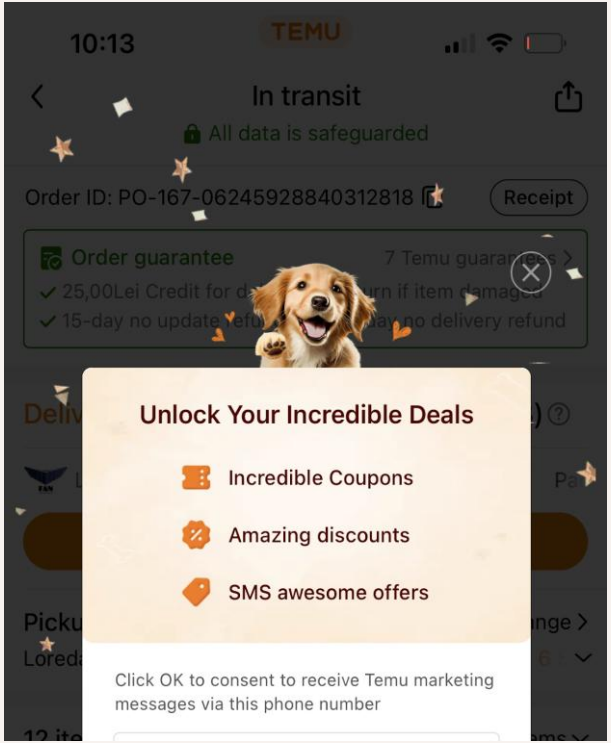
https://www.tiktok.com/@mysticwild/video/7435475440392850721

Atracția pentru recompense

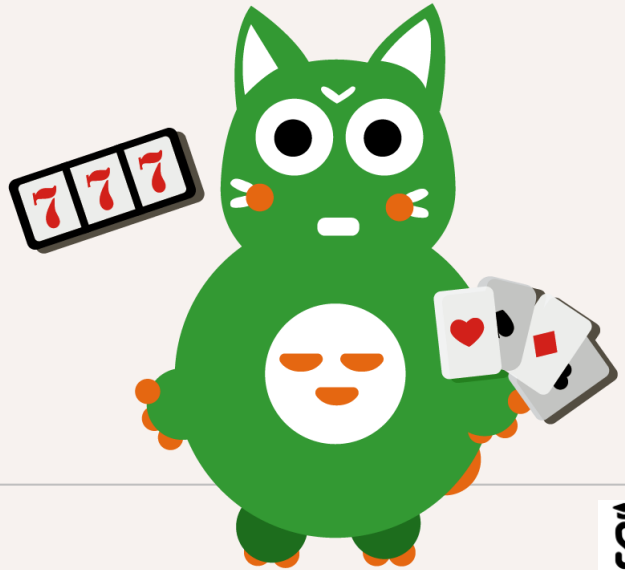
Oamenii tind să facă activități prin care pot obține recompense imediate în detrimentul unor recompense mai mari care ar putea fi obținute în viitor, care pot aduce mai multe beneficii. Astfel, **valoarea recompenselor viitoare este subestimată**, iar **valoarea recompenselor imediate este supraestimată.**



Exemplu: Acest gen de tipar de gândire este folosit și de aplicațiile de tip Temu sau Shein, care de fiecare dată când le deschizi îți oferă posibilitatea unei „super recompense”.



Când vine vorba de atracția pentru recompense, ce alte aplicații vă vin în minte?



Exercițiu

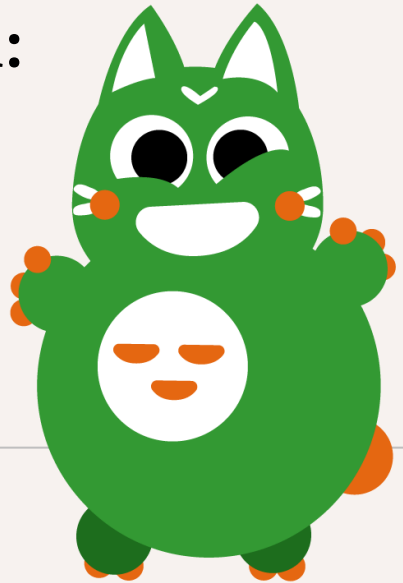
Citește textul de mai jos, conectând informațiile din videoul SNOOP cu experiența personală descrisă în textul citit.

Identifică tiparele de gândire în situațiile din text și scrie pe sticky notes exemple de comportamente concrete legate de viața în online, pe care le-ai experimentat și tu sau pe care le conștientizezi acum.

- Ce tipare de gândire vi s-au părut cele mai apropiate de experiențele voastre online?
- Diferă ele de ce auziți din experiențele părinților când consumă conținut online, de pildă?
- Dacă ar fi să vă scrieți o propoziţie-cheie („mini-mantra”) pe care să o țineți minte când folosiți social media/gaming, ca să vă reamintiți de tiparele de gândire, cum ar suna ea?

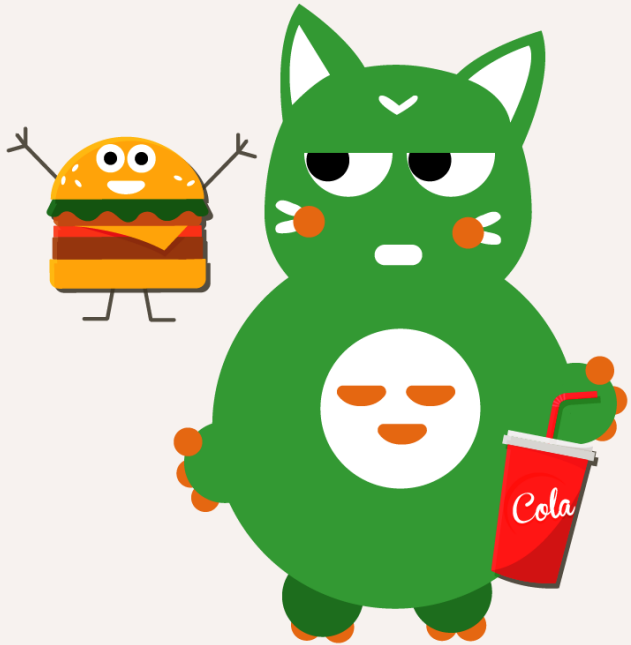


Gestionarea acestor moduri involuntare de acțiune se poate face în trei pași:



1. Conștientizare: Este important să fim conștienți că există aceste tipare de gândire și să acceptăm că acestea ne pot influența, chiar și atunci când credem că luăm decizii rațional.

Specialiști recomandă să citim despre diferitele tipuri de biasuri cognitive, pentru a ne fi mai ușor să le recunoaștem în propria gândire.



2. Reflecție: Este esențial să ne analizăm comportamentul și să identificăm situațiile în care tiparele de gândire ar fi putut să ne influențeze deciziile și să înțelegem în ce mod au făcut-o.



3. „Îndreptarea” gândirii:
Tiparele de gândire afectat
fi îndreptate prin câteva act
concrete, care stimulează
aplicarea principiilor gândir
critice.



Efectul de turmă

Ne întrebăm: „Este ceva valoros pentru mine personal sau îmi doresc acest lucru (să cumpăr un produs, să susțin o idee/opinie etc.) doar pentru că și ceilalți o fac? Ce se află în spatele informației viralizate?”

Acționăm: Reflectăm pentru a identifica dacă există motive personale care ne motivează și verificăm informația în sine pentru a stabili dacă este adevărată.

Atracția pentru povești

Ne întrebăm: „Care sunt faptele pe care se sprijină povestea? Ce mă convinge, povestea sau faptele?”

Acționăm: Analizăm informațiile prezentate pentru a stabili dacă se bazează pe fapte și verificăm dacă sunt adevărate.

Atracția pentru recompense

Ne întrebăm: „Ce beneficiu real obțin dacă accesez această recompensă? De ce primesc această recompensă?”

Acționăm: Reținem că multe platforme online și jocuri își construiesc modelul de afaceri prin sisteme complexe de recompense (fie că sunt like-uri, cupoane sau obiecte virtuale). Limităm interacțiunile cu aplicațiile respective și luăm decizii de cumpărare după ce cântărim dacă și cât de mult ne dorim o anumită experiență online și dacă merită timpul, expunerea și banii investiți.

CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT

Programul de Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.

ROMANIAN - AMERICAN FOUNDATION
A gift from the American people

Această activitate este construită de Centrul pentru Jurnalism Independent în cadrul proiectului SNOOP Educativ și face parte din colecția de resurse de educație media puse la dispoziție în Programul de Educație Media, dezvoltat de CJI în parteneriat strategic cu Romanian-American Foundation.

SNOOP Educativ

PROIECT CO-FINANȚAT DE:
Administrația Fondului Cultural Național

„SNOOP Educativ" este un proiect co-finanțat de Administrația Fondului Cultural Național – AFCN.

Proiectul nu reprezintă în mod necesar poziția AFCN, care nu este responsabilă de conținutul sau de modul în care rezultatele pot fi folosite.