Între singurătate și nevoia de apartenență. Despre comunități online, influenceri și riscuri asociate

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 cadrul Programului de Educație Media.

Concepte relevante din educație media:
influenceri, comunități online, relații parasociale, bunăstare digitală

Durata activității:
50 de minute

Recomandat pentru clasa/clasele:
a XI-a și a XII-a

Obiective de învățare:
La finalul activității, elevii vor putea să:
- identifice riscuri pentru bunăstarea mintală asociate consumului online.

Pregătire (pentru profesor):

1. Citește articolul ***„Tinerii, între singurătate și nevoia de-a aparține. Cum ajunge Andrew Tate prietenul tău”***, publicat în cadrul proiectului SNOOP Educativ, pentru a te familiariza cu tema de discuție. O parte dintre situațiile documentate în articol vor fi folosite în cadrul exercițiilor de la clasă.

2. Vizionează videoul (disponibil ***aici***), publicat în cadrul aceluiași proiect, care abordează aceleași teme. Secvențe din video vor fi folosite în cadrul exercițiilor de la clasă.

3. Citește **Reperele teoretice** (anexate mai jos), pentru a avea o privire de ansamblu asupra conceptelor pe care le vei discuta cu elevii.

4. Descarcă prezentarea ***„Între singurătate și nevoia de apartenență. Despre comunități online, influenceri și riscuri asociate”*** pusă la dispoziție în pachetul de resurse. Aceasta conține repere teoretice explicate pe înțelesul elevilor și etapele activității transpuse pas cu pas.

5. Printează 12-15 exemplare ale fișei de lucru puse la dispoziție în Anexa 1.

6. Cere elevilor să vizioneze videoul ca temă pentru acasă înaintea orei în care vei implementa această activitate, pentru a-i familiariza cu tema de discuție.

Resurse necesare pentru implementarea activității:
proiector, acces la internet, fișe de lucru, sticky notes

Etapa 1: Valorificarea cunoștințelor elevilor privind tema abordată (prezentarea PDF, paginile 2-5)

Proiectează prezentarea PDF *„Între singurătate și nevoia de apartenență. Despre comunități online, influenceri și riscuri asociate”.*

Durată: 15 minute

1. Proiectează în plen videoul (disponibil aici).

2. Discută cu elevii despre tema abordată, explorând aspecte prezentate în video.
Este esențial ca elevii să se simtă în siguranță pentru a discuta despre trăirile lor. Asigură-i că purtați o discuție onestă și că este în regulă să își exprime sentimentele, că mulți oameni pot trece prin stări și situații de singurătate și că este important să discute despre acestea. Pune accent pe faptul că părerile tuturor sunt prețuite și roagă-i să se exprime și să asculte cu respect față de ceilalți.

Întrebări pentru elevi:
- Ce subiecte sunt abordate în video? (singurătatea, refugiul în comunități online și ale influencerilor, riscuri asociate - încredere de sine scăzută, radicalizare etc.)
- Ce înseamnă pentru voi singurătatea? Credeți că treceți prin momente când vă simțiți singuri? De ce? Puteți oferi exemple? (Este de ajutor să le oferi exemple personale pentru a îi încuraja.)
- Ce faceți atunci când vă simțiți singuri? Vă regăsiți în situațiile povestite în video? (Utilizarea rețelelor sociale, căutarea unor comunități online, a unor influenceri etc.)
- Pot să fie comunitățile online o soluție pentru momentele în care vă simțiți singuri? De ce?

Etapa 2: Fixarea reperelor teoretice și explorarea temei

Durată: 25 de minute

1. Prezintă câteva aspecte despre comunitățile online și influenceri. (10 minute, prezentarea PDF, paginile 6-9)

2. Exercițiu (15 de minute, prezentarea PDF, paginile 10-11):
- **Elevii vor lucra pe grupe, cu colegul de bancă.** Oferă câte o fișă de lucru fiecărei grupe. Obiectivul acestui exercițiu este ca elevii să reflecteze asupra situațiilor în care s-au refugiat online pentru a gestiona singurătatea și nevoia de apartenență, de a identifica modul cum îi poate afecta acest lucru.
  - Timp de lucru: 5 minute.
  - Timp alocat procesării: 10 minute.

- **Întrebări de sprijin pentru etapa de procesare a exercițiului:**
  - **Gândiți-vă la influencerii de care v-ați atașat, sau la comunitățile online din care faceți parte. Din ce motive îi urmăriți sau faceți parte din acele comunități? Ce vă atrage?**
  - **Gândiți-vă la motivele pentru care ați continuat să urmăriți influencerul respectiv sau comunitatea. Descrieți ce emoții v-au făcut să simțiți sau ce lucruri v-au făcut să credeți. Ce impact credeți că a avut asupra voastră? Cum v-a afectat la nivel personal?**
  - **Credeți că vă expuneți la riscurile discutate mai devreme? V-ați schimbat vreodată radical părerea despre ceva pe baza a ceea ce ați auzit de la un influencer sau în comunitățile online din care faceți parte? De ce?**

Îi poți ghida pentru a realiza conexiuni cu teoria, dacă le este dificil în primă fază.

- Spre exemplu, dacă menționează că le place să urmărească un influencer pentru stilul de viață luxos, interesant, activ, că pare că are o viață frumoasă, că arată bine etc., le poți explica faptul că expunerea repetată la aceste reprezentări le transmite mesajul că așa ar trebui să fie viața unui om de succes și că vor tinde să compare viețile lor cu ceea ce văd online, ceea ce le poate afecta stima de sine, imaginea de sine.

- Dacă menționează că le place cum vorbește, cum gândește, că se regăsesc în comunitatea influencerului pentru că împărtășesc aceleași valori, le poți explica faptul că poate apărea riscul să piardă din vedere idei sau puncte de vedere diferite, iar în cazuri extreme, să nu realizeze când sunt promovate idei problematice și că sunt vulnerabili radicalizării.)

Pe parcursul procesării exercițiului, oferă **feedback corectiv** acolo unde este nevoie. Este esențială înțelegerea corectă a conceptelor și aplicarea lor pentru analiza situațiilor reale în care se pot găsi elevii.

Etapa 3: Reflecție

Durată: 10 minute

- Cere elevilor să răspundă la întrebarea „Ce lucruri credeți că puteți face pentru a gestiona singurătatea, care să nu presupună interacțiunea online?” folosind câte un sticky note (2 minute).

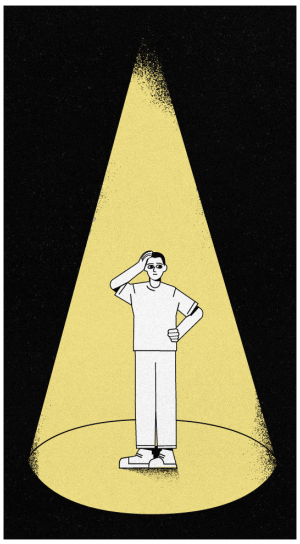
- După ce au completat răspunsul, cere elevilor să vină pe rând în fața clasei, să citească răspunsul și să lipească sticky note-ul pe tablă.

- Pe măsură ce elevii citesc răspunsurile, le poți adresa întrebări suplimentare (Ex.: Cum credeți că vă va ajuta acest lucru? De ce este important pentru voi să faceți acest lucru? etc.)

- La final, poți să oferi sfaturi pe baza sugestiilor prezentate în articolul SNOOP:

  - „Fiecare poate căuta soluții pentru a-și petrece timpul cu ceilalți. Voluntariatul, cluburile de carte și de film sunt câteva dintre opțiunile tinerilor din urban. [...] Sportul și ieșirea la plimbare sunt două dintre activitățile valabile oriunde și care pot domoli singurătatea.

  - Când apare senzația că nu mai e nimeni acolo, discuțiile cu o persoană de încredere pot schimba asta, fie că este: prieten, părinte, profesor, psiholog sau consilier școlar.”





Repere teoretice (pentru profesor):

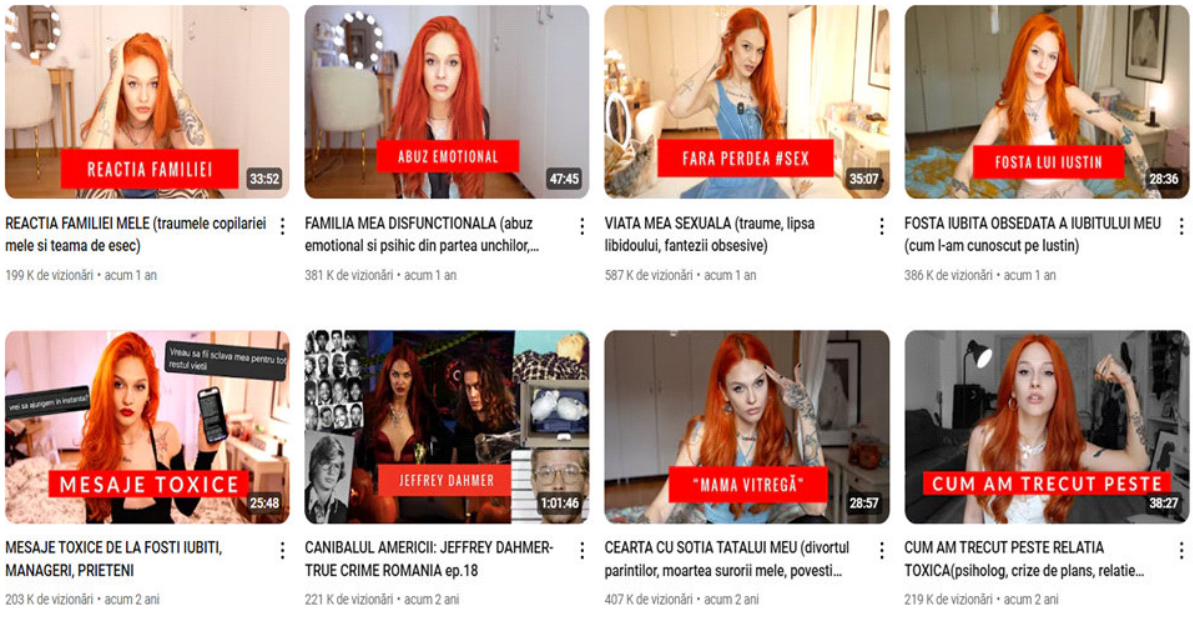
Influencerii

Influencerii sunt persoane (celebrități/vedete, experți dintr-o anumită industrie, sau oameni obișnuiți relevanți pentru o nișă/interes) cu **un număr foarte mare de urmăritori online** (de la 1.000 - nano influenceri, la milioane de urmăritori - mega influenceri). Ei pot i**nfluența opiniile și comportamentele** publicului (de cumpărare, la nivel social sau politic etc.) prin conținutul pe care îl creează, inclusiv în **scopuri comerciale,** de pe urma căruia obțin venituri.

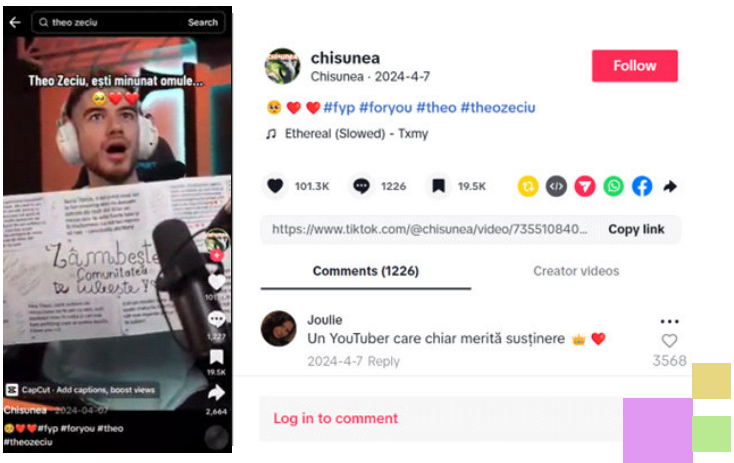
Influencerii câștigă și mențin atenția publicului prin câteva **strategii de influențare.** Conținuturile lor nu sunt întâmplătoare, ele sunt adesea atent planificate și construite, scenarizate, regizate, astfel încât să pară foarte naturale și urmăritorii lor să se poată identifica cu acestea.

Influencerii își creează **identități puternice**, un brand personal, și își construiesc o reputație într-un domeniu (de ex. tehnologie, modă, travel, lifestyle) în care pot aduce detalii și perspective valoroase publicului interesat. Totodată, își **definesc un stil clar, recognoscibil**, fie prin ton, fie prin tematica abordată și construiesc adesea în jurul acestei imagini **o poveste personală (ce pare) autentică**, sau are elemente autentice: audiența apreciază onestitatea și vulnerabilitatea, și acordă încredere celor pe care îi consideră apropiați de propriile valori. Influencerii își **construiesc comunități fidele** prin modul în care se prezintă și interacționează cu urmăritorii lor - răspund la întrebări, fac live-uri, pun întrebări comunității, organizează evenimente unde se întâlnesc cu fanii etc.

Exemplu: Marilu Dobrescu și-a definit în ultimii ani imaginea atât la nivel estetic (părul lung roșcat, un stil vestimentar eclectic/chic), dar și ca poziționare față de publicul său - prietena/sora/mătușa (excentrică) care povestește ceea ce învață din experiențele sale într-o manieră dezinhibată care poate induce iluzia apropierii față de comunitatea sa.



Exemplu: Theo Zeciu este un Youtuber apreciat de comunitatea sa pentru autenticitatea cu care se prezintă în fața publicului și în live-urile unde oferă constant sfaturi celor care îi scriu.



Relațiile parasociale

Relațiile parasociale sunt interacțiuni unilaterale în care o persoană dezvoltă o legătură emoțională sau un sentiment de relație personală față de figuri publice, în special față de influenceri sau vedete, deseori fiind implicați profund în comunitățile create în jurul acestora. Aceste relații sunt „parasociale" pentru că, deși persoana se simte legată de figura publică, această legătură nu este reciprocă - influencerul nu este conștient de existența individului.

Caracteristici ale relațiilor parasociale:

- **Unidirecționalitate:**
  Relația este unidirecțională; adică, persoana se simte apropiată de figura publică, dar figura publică nu are cunoștință despre existența individului.

- **Implicare emoțională:**
  Persoanele care dezvoltă relații parasociale pot avea sentimente puternice de afecțiune, admirație, sau chiar dragoste față de figura publică. Ele pot simți că „cunosc" figura publică, chiar dacă nu au avut niciodată un contact direct.

- **Iluzia intimității:**
  Figurile publice, în special pe rețelele sociale, creează iluzia că publicul are acces la viața lor privată. Această intimitate percepută contribuie la dezvoltarea relațiilor parasociale.

- **Impactul psihologic:**
  Relațiile parasociale pot avea un impact pozitiv sau negativ asupra persoanei. Pot oferi confort emoțional și un sentiment de conectare, satisfăcând nevoia de apartenență, dar pot și izola individul de persoanele din jur și îl pot face să se compare constant cu influencerul respectiv, ceea ce poate afecta stima de sine sau imagine de sine a individului. Pot duce și la sentimente de dezamăgire, frustrare sau tristețe dacă figura publică face ceva dezaprobator sau dispare din atenția publicului. În același timp, dacă individul acordă încredere oarbă figurii publice, poate fi expus riscului de radicalizare (adoptarea unor poziții extremiste), pentru că nu tratează discursul figurii publice și al comunității în mod critic.



Anexa 1: Fișă de lucru

Între singurătate și nevoia de apartenență. Despre comunități online, influenceri și riscuri asociate

Discutați cu colega/colegul de bancă și răspundeți la întrebările de mai jos.

Întrebarea 1
Gândiți-vă la influencerii de care v-ați atașat, sau la comunitățile online din care faceți parte. Din ce motive îi urmăriți sau faceți parte din acele comunități? Ce vă atrage?

Întrebarea 2
Gândiți-vă la motivele pentru care ați continuat să urmăriți influencerul respectiv sau comunitatea. Descrieți ce emoții v-au făcut să simțiți sau ce lucruri v-au făcut să credeți. Ce impact credeți că a avut asupra voastră? Cum v-a afectat la nivel personal?

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.