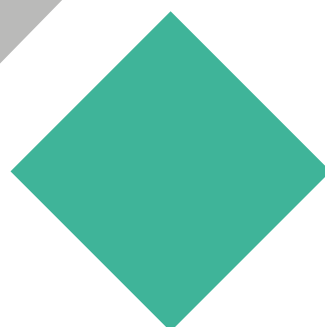
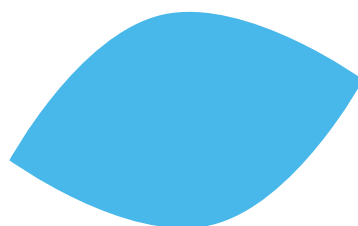
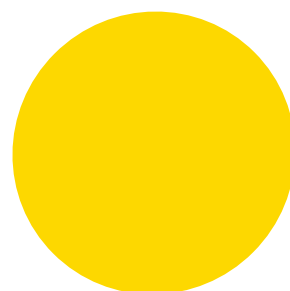


Înțelegerea emoțiilor.

Construirea rezilienței

la dezinformare

Scenarii de activitate pentru copii și tineri



**FAKE
KNOW
MORE**

Autori

Hanna Achremowicz, Piotr Litwin, Izabela Meyza, Aleksandra Monkos,
Patrycja Smolińska, Rafał Węgrzyn, Patryk Zakrzewski

Consultații de fond

Aneta Ziemińska

Ilustrații și design grafic

Matylda Zawadzka

Corecturi

Adfaber.org

Traducere

Adfaber.org

Corecturi din limba engleză

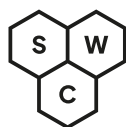
Adfaber.org

Prezentare grafică

Anna Wuls, Julian Konopelski

Parteneri

Sponsorizat de



School with Class
Foundation

 **DEMAGOG**



Publicația a fost dezvoltată în cadrul programului FAKE kNOW MORE, în care ne concentrăm pe dezvoltarea conștientizării de sine a tinerilor ca bază pentru construirea rezistenței la dezinformare. Arătăm cum emoțiile și experiențele personale afectează receptarea informațiilor care ajung la noi și, implicit, susceptibilitatea noastră la dezinformare. P

Publicația este disponibilă sub licența CC-BY-SA 4.0.

Responsabilitatea exclusivă pentru orice conținut susținut de Fondul European pentru Media și Informație aparține autorului și nu reflectă neapărat pozițiile EMIF și ale Partenerilor Fondului, Fundația Calouste Gulbenkian și Institutul Universitar European. <https://gulbenkian.pt/emifund/disclaimer/>.

Numărul 1, București 2024



ISBN 978-83-67621-18-2



9 788367 621182

Cuprins

	Introducere	4
♥	Capitolul I. Felul în care simt. Cum influențează emoțiile vulnerabilitatea la dezinformare	7
	Scenariul 1. Sentimente, gânduri și trăsături de personalitate	14
	Scenariul 2. „Harta meteo” emoțională	16
●	Capitolul II. Felul în care gândesc. Despre gândire, rapidă și lentă	19
	Scenariul 1. Împărtășiți o poveste	24
	Scenariul 2. Coifurile	27
	Scenariul 3. Completarea lacunelor	31
	Scenariul 4. Simularea unui proces	35
◀	Capitolul III. Felul în care văd lumea. Despre prejudecățile cognitive	41
	Scenariul 1. Cu cine sunteți de acord?	48
	Scenariul 2. Opinia voastră	53
	Scenariul 3. Lucruri pe care le avem în comun	57
	Scenariul 4. Ce ureche folosesc?	60
▲	Capitolul IV. Modul în care reacționez. Cum ne influențează rețelele de socializare starea de bine și sănătatea mintală	66
	Scenariul 1. Filtre	70
	Scenariul 2. Haosul informațional	73
	Scenariul 3. Ștergerea aplicației	76
◆	Capitolul V. Felul în care mă comport. Despre algoritmii rețelelor de socializare	80
	Scenariul 1. Clicking - și emoțiile care urmează	85
	Scenariul 2. În interiorul bulei	88
	Scenariul 3. Familii de algoritmi	91
	Scenariul 4. Jocul Octogram	94

Semnificația Simbolurilor în Scenarii



Durata



Vârsta recomandată pentru participanți



Mărimea grupului



Aria tematică

Introducere

Lumea noastră este în continuă schimbare, în parte datorită dezvoltării rapide a noilor tehnologii - internetul, rețelele de socializare și inteligența artificială. Accesul continuu la cantități mari de informații online ne face din ce în ce mai vulnerabili la fenomene precum dezinformarea. Această problemă afectează nu numai adulții, ci și copiii și tinerii.

Conform raportului unui sondaj național polonez efectuat la nivel național în rândul elevilor și al părinților acestora, [Nastolatki 3.0](#), doar 25% dintre elevi sunt preocupați de dezinformarea online. În comparație, 60% dintre părinții chestionați împărtășesc această preocupare. În același timp, doar 37% dintre elevii cu vârsta sub 15 ani sunt încrezători în competențele lor atunci când vine vorba de căutarea și analiza informațiilor online ([ySKILLS](#), 2022).

Credem că dezvoltarea imunității la dezinformare ar trebui să înceapă cu înțelegerea emoțiilor și a stărilor interne pe care le trăim atunci când avem de-a face cu conținuturi bazate pe dezinformare. Acesta este motivul pentru care programul Fake kNOw More nu se concentrează pe modul în care putem identifica și contracara știrile false. În schimb, arată mecanismele psihologice care se activează atunci când suntem expuși la conținuturi bazate pe dezinformare și cum ne putem proteja mai bine împotriva acestor conținuturi prin consolidarea resurselor interne pe care le avem la dispoziție.

O mai bună cunoaștere de sine în ceea ce privește resursele și vulnerabilitățile noastre ne permite să vedem efectul pe care dezinformarea îl are asupra noastră și să găsim modalități de reacție care să ne ajute să ne protejăm în cunoștință de cauză de impactul acesteia. Știm că un conținut bazat pe dezinformare ne afectează nu numai emoțiile, ci și simțurile, funcțiile cognitive și comportamentul. Tocmai din acest motiv, cunoașterea de sine se aplică la cinci elemente diferite care sunt discutate în părțile următoare ale acestei publicații și care pot fi rezumate prin următoarele afirmații generale:

- Inima, adică ceea ce simt,
- Capul, adică ceea ce gândesc,
- Ochii, adică felul în care văd lumea,
- Respirația, adică modul în care reacționez,
- Mâinile, adică modul în care acționez.

Aceste afirmații sunt menite să încurajeze auto-reflecția și să plaseze analiza de sine și a propriilor reacții în centrul tuturor activităților noastre.

Fiecare dintre cele cinci elemente corespunde unui anumit număr - o secțiune a publicației noastre. Inima este aspectul responsabil de emoții și de semnalele pe care sentimentele noastre le transmit în contextul dezinformării. Capul ne invită să reflectăm asupra tiparelor de gândire activate atunci când suntem expuși la dezinformare și asupra modului în care acestea ne ajută să ne protejăm de dezinformare (așa-numita gândire lentă și rapidă). Ochii simbolizează prejudecățile cognitive și alte „capcane ale gândirii” - ei sunt lentilele prin care vedem lumea. Respirația înseamnă bunăstare și atenție, ceea ce ne permite să păstrăm o distanță sănătoasă și, ca urmare, să alegem răspunsuri mai bune la dezinformare. În cele din urmă, mâinile reprezintă comportamentul nostru în rețelele de socializare - cu alte cuvinte, atât reacțiile noastre la informații, cât și conținutul pe care îl creăm. Aceste subiecte sunt interconectate, dar structura acestei publicații permite participanților să dobândească noi cunoștințe și noi competențe într-un mod organizat.

Deoarece măsurile luate de școli nu reprezintă decât un răspuns parțial la dezinformare, căutăm aliați și în locuri unde acest subiect nu a fost abordat până acum. Dorim să încurajăm educatorii din centrele de zi să folosească manualul nostru și să ni se alăture în efortul nostru. Datorită relațiilor strânse dezvoltate cu cei pe care îi au în grijă, precum și a încrederii acestora, educatorii îi pot sprijini eficient pe tineri pe măsură ce aceștia dobândesc abilități de gândire critică.

Acest lucru ne oferă șansa de a ajunge la tineri care, altfel, nu ar avea ocazia de a discuta despre prezența lor online într-un mediu sigur și de a le extinde cunoștințele și competențele în ceea ce privește protecția împotriva dezinformării. În același timp, materialele incluse în această publicație pot fi folosite și în mediul școlar de către profesori atunci când vorbesc cu tinerii – printre altele despre emoții, tipare de gândire sau prezența lor online.

Publicația conține scenarii de activități sugerate pentru tinerii cu vârste cuprinse între 10-12 și 13-15 ani, care participă la aceste activități în grupuri mai mici sau mai mari și, în unele cazuri, individual. Sperăm că, datorită acestora, oricine este interesat va putea găsi materiale care să se potrivească nevoilor specifice ale activității și grupului său.

Fiecare capitol începe cu o introducere teoretică pentru a-l ajuta pe educator să obțină informațiile de bază dintr-un anumit domeniu. Teoria este urmată de câteva sugestii de scenarii de activități legate de subiectul capitolului. Scenariile se bazează pe ciclul lui Kolb, care presupune învățarea prin experiență.

Conform acestei metode, învățarea eficientă ar trebui să se bazeze pe experiențe captivante care sunt urmate de observații reflexive și de dobândirea de cunoștințe teoretice, iar în final se transformă în aplicații practice. Tocmai din acest motiv, scenariile noastre de activitate sunt împărțite în patru părți:

- Experiența mea - o descriere a activității/experienței reale,
- Reflecțiile mele - o discuție despre activitate, cu întrebări de reflecție,
- Noile mele cunoștințe - teorie pentru participanți,
- Observarea legăturii și construirea imunității - dezvoltarea unei legături între experiența și cunoștințele dobândite și fenomenul dezinformării.

Fiecare scenariu este, de asemenea, însoțit de materiale suplimentare - prezentări de slide-uri care pot fi utilizate în timpul orei și materiale care pot fi tipărite.

Sperăm că această publicație vă va ajuta să le insuflați tinerilor o mai mare conștientizare de sine - și, prin urmare, să-i faceți mai rezistenți la dezinformare.

Echipa School with Class Foundation, Demagog Association și Asociația Adfaber



Felul în care simt



Felul în care simt



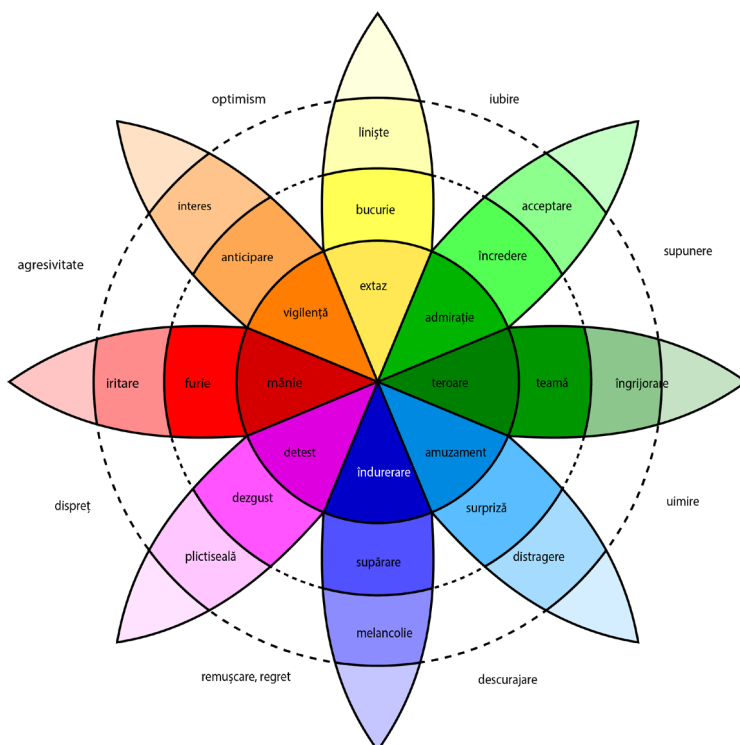
Cum influențează emoțiile vulnerabilitatea la dezinformare

Ce mai faci astăzi?

În copilărie, am fost învățați să citim și să numărăm, dar cei mai mulți dintre noi nu am avut pe nimeni care să ne învețe cum să facem diferența între propriile sentimente și să vorbim despre ele. Deși suntem experți în diverse domenii, mulți dintre noi ne luptăm să exprimăm în cuvinte ceea ce simțim în interior într-un anumit moment. Cultura noastră ne face să fim înclinați să ne ignorăm emoțiile în loc să le tratăm cu seriozitate. Viața ne oferă, de asemenea, multe motive întemeiate pentru a ține emoțiile la distanță. Știm la ce poate duce o izbucnire intensă de furie sau cât de greu este să suporti o teamă sau o tristețe copleșitoare. Poate că unii dintre noi preferă să pretindă că sentimentele nu există, în loc să le înfrunte. Este posibil ca mulți dintre noi să fi pierdut capacitatea naturală de a fi în contact cu sentimentele din cauza mediului în care trăim și, prin urmare, trebuie să învățăm din nou această abilitate.

Roata emoțiilor

Realitatea emoțională este complexă. Nu există un consens cu privire la numărul de emoții și la semnificația exactă a numelor acestora. Uneori avem nevoie de îndrumare pentru a naviga în această lume, iar unul dintre lucrurile care ne pot ajuta să ne etichetăm și să ne înțelegem sentimentele este [roata emoțiilor, realizată de Robert Plutchik](#).





Conform acestui model, există opt emoții de bază, în timp ce combinațiile lor formează stări mai complexe. Plutchik a observat că frecvent simțim un amestec de emoții diferite, care pot fi, de asemenea, de intensitate variabilă. În diagrama de mai sus, emoțiile mai intense au fost marcate cu nuanțe de culoare mai închisă. Cele care se află pe laturile opuse ale diagramei reprezintă emoții opuse (de exemplu, furie și frică sau bucurie și tristețe). Roata lui Plutchik poate fi văzută ca o hartă care ne permite să dăm sens traseelor noastre emoționale.

Cu toate acestea, nu este nevoie să memorăm numele acestor emoții sau să cunoaștem vreo diagramă pentru a începe să recunoaștem ceea ce simțim. Un bun punct de plecare este să **puneți o întrebare simplă**, pe care toată lumea a auzit-o probabil de la alții. „Ce mai faci?” sau „Ce se întâmplă?” sunt întrebări pe care prietenii noștri le adresează de obicei atunci când ne salută. Adesea răspundem la ele pe negândite, cu un banal „bine” și fără să ne gândim serios la semnificația profundă a acestor întrebări.

De asemenea, putem să ne punem o astfel de întrebare în fiecare dimineață (sau în orice situație) și să căutăm un răspuns autentic la ea. Roata emoțiilor lui Plutchik poate servi ca sursă de inspirație, dar putem folosi și propriile cuvinte pentru a descrie ceea ce apare atunci când ne concentrăm asupra lumii noastre interioare.



Rețineți că sentimentele nu trebuie confundate cu gândurile, trăsăturile de personalitate (de exemplu, „simt că sunt muncitor”) sau comportamentele (de exemplu, „simt că este nedrept”). În cultura noastră, este mai frecventă etichetarea trăsăturilor de personalitate sau descrierea comportamentelor decât a emoțiilor, așa că trebuie să fiți deosebit de atenți în această privință.

Eroarea lui Descartes – emoțiile, rațiunea și creierul uman

De-a lungul timpului, emoțiilor li s-au atribuit diferite roluri, iar manifestarea lor a fost considerată mai mult sau mai puțin dezirabilă, în funcție de epocă. În zilele noastre, chiar dacă exprimarea emoțiilor este considerată neprofesională în multe cercuri, se pune din ce în ce mai mult accent pe impactul emoțiilor asupra dezvoltării cognitive, a relațiilor interpersonale și a unei vieți satisfăcătoare. **Inteligența emoțională** – abilitatea de a recunoaște propriile emoții și pe cele ale altor persoane – devine o abilitate importantă.

Știința modernă găsește în mod constant noi dovezi ale importanței emoțiilor în viața de zi cu zi și ale consecințelor grave ale ignorării emoțiilor noastre. Știm că suprimarea pe termen lung a sentimentelor poate avea un impact negativ asupra stării noastre de bine, poate cauza boli somatice sau poate împiedica funcțiile noastre cognitive.

Emoțiile – pe lângă faptul că sunt reacții la ceea ce se întâmplă în lumea exterioară și reflectă viața noastră interioară – sunt, de asemenea, legate de biologia sistemului nervos. Acestea sunt reglementate, printre altele, de sistemul nervos autonom, care înconjoară organele noastre interne, primește stimuli din exterior și reacționează la aceștia prin inițierea unor procese în corpul nostru care sunt independente de voința noastră.

Să luăm un exemplu simplu. Imaginați-vă că vă așteaptă un examen stresant. Corpul va răspunde la aceste informații prin creșterea ritmului cardiac, transpirația palmelor, respirație mai rapidă și tensiune în umeri. Aceste semnale – uneori subtile – pe care ni le trimite corpul nostru se numesc senzații corporale. Acestea sunt de obicei însoțite de emoții precum stresul, nervozitatea, frica sau incertitudinea. Nu trebuie să fim conștienți de ele pentru a le simți – ele apar pur și simplu pentru a ajuta organismul

1. Impactul emoțiilor „înghețate” în corp a fost explorat, printre alții, de Alexander Lowen, psihiatru și psihoterapeut, în publicații precum *Depression and the Body* (traducere în poloneză publicată de Wydawnictwo Czarna Owca, Varșovia 2012) și de Gabor Maté în cartea sa *When the Body Says No: The Cost of Hidden Stress* (traducere în limba poloneză publicată de Wydawnictwo Czarna Owca, Varșovia 2022).





nostru să facă față în mod adecvat diferitelor situații din viață.

Cercetările efectuate de neurobiologi au arătat că nu numai emoțiile, ci și indicii de însoțire din partea corpului au un impact uriaș asupra deciziilor raționale luate de mintea noastră. În cartea sa „Descartes' Error”, neurobiologul Antonio Damasio relatează povești ale unor persoane care nu au putut lua decizii importante în viață din cauza unor leziuni ale structurilor cerebrale responsabile tocmai de procesarea emoțiilor. Damasio demonstrează că stările emoționale stau la baza raționalității, ceea ce subminează vechea diferențiere a culturii noastre între rațional și emoțional.

Nu există viață fără sentimente

Acest text folosește mai mulți termeni pentru a descrie ceea ce simțim: **senzații corporale, emoții și sentimente**. Potrivit psihologilor, acestea diferă în funcție de durata lor (sentimentele durează cel mai mult) sau de gradul de conștientizare – unii susțin că un sentiment este o emoție asupra căreia o persoană a reflectat în mod deliberat. Această distincție nu este atât de importantă în scopul acestui text, mai ales că și persoanele care se ocupă de emoții în mod profesional pot înțelege uneori acești termeni în mod diferit.

Ceea ce este mai important este să realizăm că sentimentele ne ajută să supraviețuim. Ele nu sunt dușmanul nostru, ci prietenul nostru, informându-ne despre lucruri care sunt importante pentru noi. Uneori ne este greu să le acceptăm, deoarece înseamnă vești neplăcute (de exemplu, durerea – o senzație corporală care ne informează despre o boală, tristețea – un sentiment care ne amintește de pierderea a ceva important), dar ele sunt întotdeauna o sursă de cunoaștere despre noi înșine. Recunoașterea lor ne ajută să trăim o viață mai completă și să ne înțelegem mai bine pe noi înșine.

Marshall Rosenberg, psiholog, mediator și inițiator al comunicării nonviolente, a afirmat că **emoțiile sunt semnale care ne informează despre nevoi importante**. Sentimentele dificile, cum ar fi frica sau furia, ne amintesc de obicei că una dintre nevoile noastre importante nu a fost satisfăcută. Pe de altă parte, cele plăcute, cum ar fi bucuria sau fericirea, însoțesc adesea nevoile satisfăcute. Pentru a înțelege mai bine acest concept, să ne întoarcem la exemplul de a da un examen. Cu câteva momente înainte de examen, este posibil să simțiți nesiguranță și stres, care vă informează despre importanța nevoii de dezvoltare, de realizare sau de apreciere. Pe de altă parte, după ce treci un examen cu brio, te poți simți încântat, mulțumit sau relaxat. Aceste sentimente sunt informații care arată că aceleași nevoi au fost satisfăcute. Atunci când corpul tău simte foamea, te anunță că trebuie să-ți satisfaci nevoile nutriționale de bază, iar atunci când ai o mulțime de sentimente calde când te gândești la o persoană de care ești îndrăgostit – înseamnă probabil că speri ca acea persoană să îți satisfacă nevoile importante de iubire, intimitate, de a fi văzut și prețuit.

Cu toții avem nevoie de satisfacerea nevoilor noastre importante pentru a continua să trăim și să ne dezvoltăm. Atunci când aceste nevoi nu sunt satisfăcute, trăim de obicei sentimente dificile, de disconfort. Scopul lor este tocmai acela de a ne reaminti ce este esențial pentru viața noastră.

2. Marshall Rosenberg,
Porozumienie bez przemocy.
O języku serca [Nonviolent
Communication: A Language of
Life], Czarna Owca, Varșovia 2011,
pp. 59-60.



LISTA NEVOILOR

BUNĂSTAREA FIZICĂ

- Aer
- Hrană
- Apă
- Adăpost
- Mișcare/exercițiu
- Odihnă
- Somn
- Atingere
- Exprimare sexuală
- Siguranță etc.

AUTONOMIE

- Realizarea propriilor planuri, alegerea obiectivelor și visurilor, a valorilor
- Alegerea propriei căi pentru a le realiza, etc.

INTEGRITATE

- Autenticitate
- Stimă de sine
- Acceptare de sine
- Respect de sine etc.

INTERCONECTARE

- Companie
- Apropiere
- Relație
- Atenție/considerație
- Securitate emoțională
- Onestitate
- Empatie
- Recunoașterea sentimentelor și nevoilor
- Egalitatea de șanse
- Nevoia de a fi văzut
- Nevoia de a înțelege și a fi înțeles
- Încredere
- Căldură
- Consolare
- Dragoste
- Intimitate
- Inspirație
- Comunitate
- Cooperare
- Reciprocitate
- Acceptare de sine
- Respect de sine, etc.

SĂRBĂTORIRE/DOLIU

- Sărbătorirea nevoilor îndeplinite, a visurilor și planurilor realizate
- Doliu pentru nevoi nesatisfăcute, pierderi, etc

FERICIRE

- Joacă
- Amuzament
- Bucurie
- Liniște
- Aventură, etc.

SPIRITUALITATE

- Inspirație
- Simplitate
- Speranță
- Frumusețe
- Contact cu natura
- Armonie
- Ordine
- Coerența
- Pace, etc.

Lista necesităților se bazează pe lista elaborată de Marshall Rosenberg.



Ce trebuie să facem legat de sentimentele noastre?

Într-o situație cu un grad ridicat de emoție, răspunzând la întrebarea: „Ce simți?” poate fi o adevărată provocare. Este dificil să ne etichetăm sentimentele atunci când suntem copleșiți de ele, așa că o idee bună este să exersăm mai întâi recunoașterea emoțiilor în circumstanțe mai puțin intense. Atunci puteți să vă îndreptați atenția spre interior, să fiți atenți la senzațiile corporale și să le numiți. Puteți chiar să vă mutați pentru scurt timp atenția în interiorul vostru în timp ce citiți acest text și să vă întrebați ce simțiți în acest moment. Câteva respirații și cel puțin două minute de concentrare neîntreruptă pot fi de ajutor.

Puteți face acest lucru ori de câte ori doriți, concentrându-vă asupra unor părți individuale ale corpului: brațe, stomac, picioare sau labela picioarelor și verificând dacă le simțiți încordate, relaxate sau dacă simțiți altceva. Cu timpul, vă va fi mai ușor să etichetați aceste stări și chiar să observați diferențe subtile între unele dintre ele.

Dacă nu aveți experiență în a vă numi emoțiile și senzațiile corporale, metaforele ar putea să vă ajute. În cartea sa „Your Resonant Self”, Sarah Peyton subliniază că metaforele ne ajută nu numai să denumim ceea ce trăim într-un anumit moment, ci și să îi îndrumăm pe alții, cum ar fi copiii și tinerii, atunci când sunt copleșiți de sentimente intense.



Metafore. Întrebări utile pentru experimentarea intenționată a senzațiilor corporale (începeți prin a vi le pune vouă înșivă):

- Cu ce poți compara sentimentele tale?
 - Cu ce animal poți compara starea ta?
 - Cu ce fenomen meteo te poți compara?
 - Ce imagine ar putea transmite ceea ce trăiești în acest moment?
-

Mulți dintre noi cred că, odată ce ne-am recunoscut sentimentele, trebuie să „facem ceva în legătură cu ele”. Există un oarecare adevăr în această afirmație. Pentru a continua cu ipoteza lui Marshall Rosenberg - că sentimentele ne indică nevoi importante - ar fi bine să ne concentrăm exact asupra acestor nevoi și să ne gândim cum le putem satisface sau cine ne poate ajuta în acest sens.

Cu toate acestea, nu este întotdeauna posibilă satisfacerea rapidă a acestor nevoi. În astfel de cazuri, puteți pur și simplu să vă observați și să vă recunoașteți emoțiile și nevoile de bază - acest lucru poate fi reconfortant. Amintiți-vă că nu trebuie să schimbați sau să ajustați aceste sentimente (ceea ce poate fi dificil și uneori complet inutil). Emoțiile au tendința de a se schimba și de a trece, uneori foarte repede, ceea ce ne informează și despre stările schimbătoare ale corpului nostru.



O sarcină pentru tine

În săptămâna următoare, încearcă să găsești 5 minute pentru tine în fiecare zi. O poți face imediat după ce te trezești, când faci o pauză la lucru, înainte de a merge la culcare sau în orice alt moment. Respiră adânc și pune-ți următoarea întrebare: „Ce mai faci?” Analizează modul în care corpul tău răspunde la această întrebare. Numește acel sentiment sau senzație corporală. Apoi, uită-te la lista necesităților și gândește-te cu ce nevoie ar putea fi legat acest sentiment.

De asemenea, poți ține un jurnal al sentimentelor și nevoilor. După câteva zile, vei observa ce sentimente au fost predominante, de exemplu, într-o anumită săptămână, și ce sentimente nu au apărut deloc.



Emoții și dezinformare

Sentimentele nu numai că ne informează cu privire la calitatea vieții noastre, dar sunt și o reacție la ceea ce se întâmplă în jurul nostru: ceea ce vedem, auzim sau citim. O mulțime de conținuturi la care suntem expuși, de exemplu online, evocă emoții în noi: ne simțim bucuroși și relaxați când ne uităm la meme-uri amuzante, suntem emoționați când vizionăm videoclipuri cu animale sau speriați când auzim știri dureroase despre războaiele din întreaga lume.

Unele conținuturi întâlnite online evocă emoții mai puternice, deoarece au fost create într-un mod specific – trebuie să provoace o reacție emoțională în noi. Internetul este un câmp de luptă constant pentru atenția noastră, iar cel mai simplu mod de a o capta este tocmai prin evocarea unor sentimente puternice. Dezinformarea utilizează frecvent acest mecanism și se bazează pe crearea unei reacții emoționale în detrimentul veridicității sau fiabilității informațiilor.

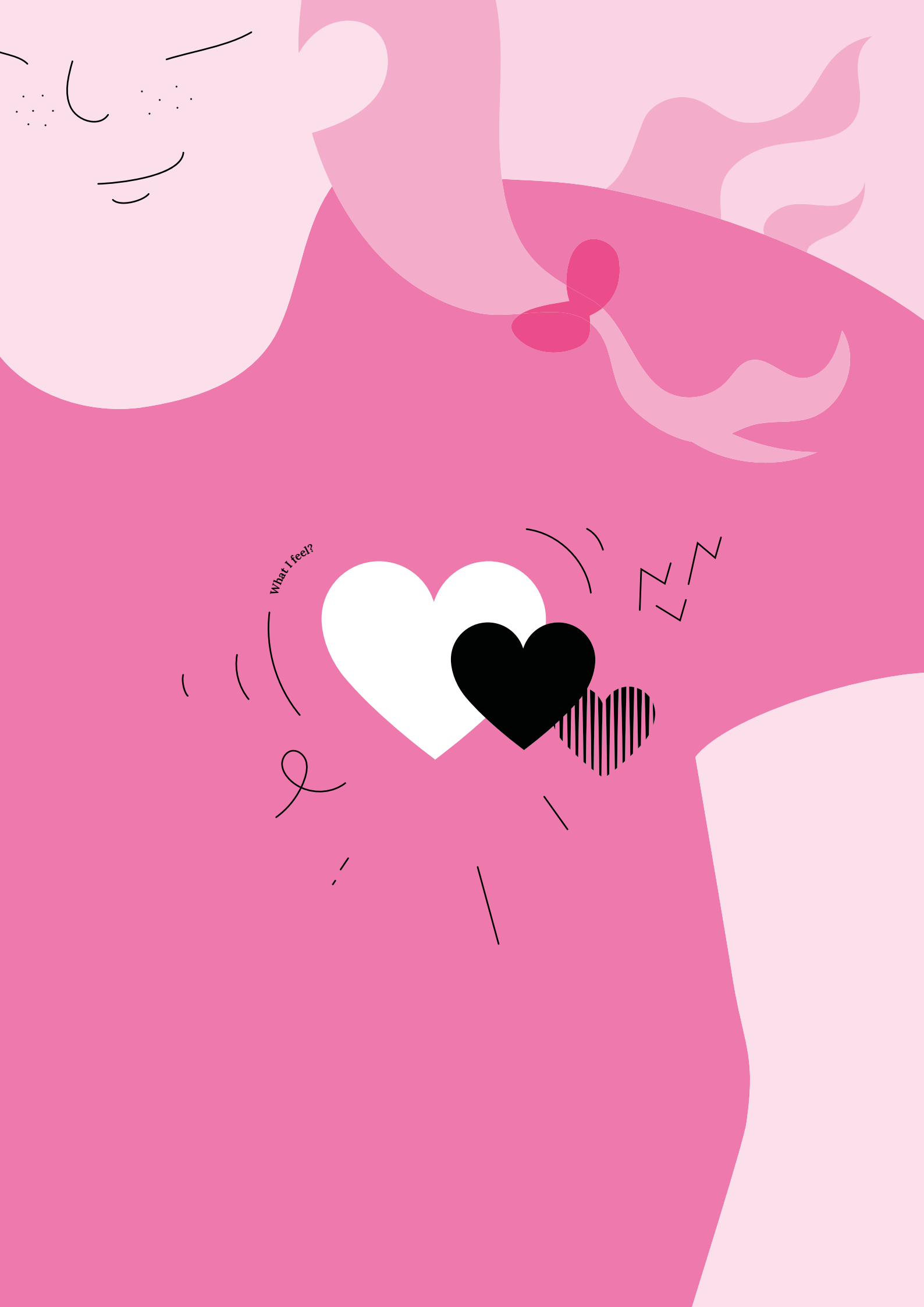


Dezinformarea implică acțiuni care intenționează să ne facă rău prin inducerea deliberată în eroare, prin prezentarea unor cunoștințe superficiale și prin convingerea noastră de a lua decizii care ne sunt dăunătoare. Jocul cu emoțiile noastre este un instrument util pentru a introduce dezinformarea. Aceasta creează riscul ca o persoană să își piardă propriile convingeri și să devină parte a unei societăți manipulate.

Atunci când trăim emoții puternice, suntem de obicei dispuși să acționăm fără ezitare, uneori împotriva propriilor noastre interese. Prin urmare, este extrem de important să observăm stările emoționale care apar în noi ca răspuns la dezinformare. Dacă vom putea face acest lucru, vom putea reacționa în cunoștință de cauză și ne vom dezvolta imunitatea la știrile false.

Referințe:

- Damasio A (2006) *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. Vintage Book.
- Peyton S and Badenoch B (2017) *Your Resonant Self*. WW Norton & Co.
- Peyton S (2021) *Your Resonant Self: Workbook*. WW Norton & Co.
- Rosenberg MB (2011) *Porozumienie bez przemocy. O języku serca [Nonviolent Communication: A Language of Life]*. Warsaw: Czarna Owca.





Scenariul 1

Sentimente, gânduri și trăsături de personalitate



30 minute

10-12
13-15până la 20 de
persoane

numirea emoțiilor

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să își aprofundeze cunoștințele despre emoții și să învețe să le deosebească de gânduri sau trăsături de personalitate.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi de hârtie și pixuri pentru fiecare grup,
- o tablă neagră, o tablă albă sau o foaie mare de hârtie,
- un flipchart și un marker sau cretă.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care simt. Scenariul 1.](#)

Rezumatul
activității:

1. Împărțiți participanții în grupuri. Cereți fiecărui grup să enumere cât mai multe nume de emoții pe foaia de hârtie.
2. În fața tuturor, verificați câte nume de emoții au reușit să enumere. Întrebați-i pe participanți cât de dificil li s-a părut acest exercițiu.
3. Împreună, gândiți-vă dacă stările enumerate de ei sunt sentimente, gânduri, trăsături de personalitate - sau poate altceva? Încercați să le clasificați.
4. Gândiți-vă de ce poate fi important în viața de zi cu zi să faceți diferența între sentimente, trăsături de personalitate și gânduri.

Experiența mea.
Descrierea
activității

1. Împărțiți participanții în grupuri de mai multe persoane.
2. Dați fiecărui grup o foaie de hârtie și un pix.
3. Spuneți-le că sarcina lor este de a enumera cât mai multe cuvinte care descriu emoții în 5 minute. Pentru a face activitatea mai dinamică, puteți introduce elemente de competiție - de exemplu, grupul care găsește cele mai multe nume.

Configurație alternativă: Dacă doriți ca participanții dumneavoastră să reflecteze mai profund asupra prezenței (sau absenței) emoțiilor în viața noastră, împărțiți-i în două grupuri și puneți unul dintre ele să enumere emoții, iar celălalt - trăsături umane. Verificați care sarcină a fost mai ușoară. De obicei, ne este mai ușor să enumerăm trăsăturile de personalitate, deoarece judecăm sau etichetăm comportamentele altor persoane mai des decât sentimentele și emoțiile. Puteți discuta de ce este așa, dacă o astfel de abordare ne ajută să construim relații și în ce situații este mai bine să ne concentrăm pe emoții și în ce situații - pe trăsături de personalitate.

Reflecțiile
mele

Când participanții finalizează sarcina, întrebați-i dacă au găsit-o dificilă și, în caz afirmativ, de ce. De asemenea, îi puteți întreba dacă au avut îndoieli în timpul îndeplinirii sarcinii (de exemplu, dacă o anumită stare este un sentiment).

Noile mele
cunoștințe.
Teorie pentru
participanți

Însumați câte sentimente a reușit să diferențieze fiecare grup. Îi puteți întreba pe participanți dacă știu câte sentimente pot avea oamenii. Explicați că, deși unii experți vorbesc, de exemplu, despre câteva sentimente de bază, lista sentimentelor este de fapt infinită, deoarece unele dintre ele pot avea diferite nuanțe și intensități.



În continuare, împărțiți tabla sau foaia de hârtie în trei părți. Etichetați una dintre ele ca SENTIMENTE, alta ca GÂNDURI și a treia ca TRĂSĂTURI DE PERSONALITATE. Rugați participanții să se uite la cuvintele de pe foile de hârtie și să verifice dacă, în opinia lor, toate cuvintele ar trebui incluse în categoria SENTIMENTE. Scrieți câteva exemple din fiecare categorie, de exemplu:

- **SENTIMENTE:** furie, bucurie, tristețe, curiozitate etc.
- **GÂNDURI:** această categorie poate include propoziții precum „Simt că mâine va fi o zi frumoasă”, „Simt că voi pica examenul” etc.
- **TRĂSĂTURI DE PERSONALITATE:** pozitiv, optimist, simpatic, introvertit, nebun etc.

Întrebați-i pe tineri ce diferențe văd între aceste trei categorii. Rețineți că sentimentele sunt cele mai puțin permanente stări și se pot schimba rapid. Trăsăturile de personalitate descriu, de obicei, predispozițiile noastre pe termen lung, în timp ce gândurile sunt opinii, impresii, predicții sau amintiri care ne apar în minte. Toate cele trei stări pot fi conectate, dar nu este obligatoriu să fie conectate. Trăsăturile de personalitate sunt de obicei vizibile, în timp ce gândurile și sentimentele pot rămâne ascunse și nu trebuie să ne afecteze comportamentul.

Găsirea conexiunii și construirea imunității. Ce legătură are aceasta cu dezinformarea ?

În final, întrebați-i pe participanți dacă sunt de părere că diferențierea între gânduri, sentimente și trăsături de personalitate poate fi utilă în viața de zi cu zi. Puteți să vă puneți următoarea întrebare:

- Ce credeți că ne influențează mai mult comportamentul: sentimentele, gândurile sau trăsăturile de caracter?

Observați că dezinformarea afectează de obicei atât gândurile, cât și sentimentele noastre. Textele sau videoclipurile bazate pe dezinformare ne îndreaptă gândurile într-o anumită direcție, ceea ce ne face să simțim, de exemplu, frică sau furie. Capacitatea de a face diferența între gânduri, sentimente și trăsături de personalitate ne poate ajuta să înțelegem mai bine reacțiile provocate de dezinformare..



Scenariul 2

„Harta meteo” emoțională

20-30
minute10-12
13-15până la 20 de
persoane

roata emoțiilor

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să afle care este climatul emoțional din grup,
- să se gândească la modul în care pot fi sprijinite persoanele care se confruntă cu emoții dificile.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- [Roata emoțiilor lui Plutchik](#) (de preferință într-un format mai mare),
- markere nepermanente, etichete sau post-it-uri mici pentru fiecare participant.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care simt. Scenariul 2.](#)

Rezumatul
activității:

1. Afișați roata emoțiilor într-un loc vizibil din cameră.
2. Rugați pe toată lumea să pună un punct în dreptul sentimentului pe care îl trăiește într-un anumit moment (acest lucru poate fi făcut în mod anonim). Amplasarea punctelor reflectă climatul emoțional din grup.
3. Analizați împreună climatul emoțional din grup în acea zi.
4. Dacă există puncte lângă emoțiile dificile, discutați despre ce anume poate ajuta oamenii atunci când trăiesc aceste emoții și despre ce pot face membrii grupului unii pentru alții atunci când unul dintre prietenii lor resimte emoții dificile.

Experiența mea.
Descrierea
activității

Înainte de a începe activitatea, afișați roata emoțiilor lui Plutchik într-un loc vizibil din cameră. Atunci când se adună participanții, rugați pe fiecare dintre ei să își scrie numele sau să pună un punct (dacă doresc să rămână anonimi) lângă sentimentul pe care îl experimentează în acel moment specific. Dați-le câteva minute, dar subliniați că nu trebuie să se gândească prea mult timp.

Reflecțiile
mele.

După ce participanții au terminat, puneți-le următoarele întrebări. Dacă răspunsul lor este „da”, spuneți-le să ridice mâna.

- Ți-a fost greu să găsești cuvântul potrivit pentru a descrie ceea ce simți?
- Te-ai simțit neliniștit atunci când ți-ai marcat sentimentul în fața tuturor?

Dacă observați că au apărut mai multe nume lângă un anumit sentiment și doar unul lângă altul, puteți continua cu întrebarea cum se simt persoanele care știu că împărtășesc o anumită emoție cu altcineva și cum se simt cei care sunt singuri în trăirea emoției respective.

Noile mele
cunoștințe.
Teorie pentru
participanți

Precizați că activitatea anterioară v-a permis să creați rapid harta emoțională a grupului. Spuneți-le tinerilor participanți că harta poate fi interpretată în mod similar cu o hartă a terenului. Întrebați-i ce putem învăța despre grup din acest exercițiu. Trageți concluziile împreună. Puteți căuta o metaforă care să descrie climatul emoțional al grupului într-o anumită zi.

Precizați că harta emoțională diferă de o hartă a terenului datorită faptului că aceasta se schimbă în mod constant. În acest sens, este mai mult ca o prognoză meteo: harta emoțională poate arăta complet diferită la sfârșitul întâlnirii, deoarece sentimentele se pot schimba în doar câteva minute.



**Găsirea
conexiunii și
construirea
imunității.
Ce legătură
are aceasta cu
dezinformarea?**

Spuneți-le participanților că, în lumea naturală, vremea se poate schimba (de exemplu, o ploaie după o secetă); în mod similar, este firesc ca oamenii să experimenteze uneori emoții mai dificile, cum ar fi tristețea sau furia. Împreună, gândiți-vă și notați metodele care îi ajută pe cei care se confruntă cu sentimente dificile. Dacă doriți, puteți folosi metafora umbrelei pe care o folosim atunci când plouă. Care ar putea fi umbrela noastră atunci când ne simțim rău? Căutați metode pe care le puteți aplica în grupul dumneavoastră.

Dacă tinerii ajung să se bucure de această activitate, o puteți face la începutul fiecărei întâlniri, dedicând 5 minute pentru a întocmi în grup „harta meteo emoțională”.



Felul în care gândesc



Felul în care gândesc



Despre gândire, rapidă și lentă

Care este modul tău de gândire?

Fiecare zi este plină de lucruri care trebuie făcute. Mergem la serviciu, ne facem treburile, învățăm și ne implicăm în hobby-uri și interese personale. În plus, deseori trebuie să luăm decizii și să ne coordonăm acțiunile cu alte persoane. Toate acestea necesită gândire, dar vă concentrați întotdeauna asupra problemelor în același mod? Nu chiar.



Veți depune mai mult efort pentru a rezolva o sarcină de matematică sau pentru a vă planifica în detaliu vacanța decât pentru a traversa strada. În acest din urmă caz, veți primi un mesaj rapid și scurt - lumina verde - și veți începe să mergeți într-o clipită. Nu veți lua în considerare toate celelalte opțiuni posibile, deoarece știți că lumina verde înseamnă „poți trece”.



Cu toate acestea, atunci când luați o decizie importantă (cum ar fi alegerea unui nou loc de muncă), atenția se va concentra asupra mai multor aspecte ale problemei, asupra impactului și riscurilor acesteia. Trebuie să recunoașteți că examinarea unei probleme dificile este mai obositoare și necesită mai mult „efort mental” - totuși, știți că este necesar pentru a ajunge la concluziile corecte.



Convinge-te singur

Exemplele de mai sus arată foarte bine modul în care mintea noastră analizează informațiile. Totuși, înainte de a afla mai multe, încercați să rezolvați următoarele puzzle-uri:

1. O echipă olimpică a obținut 60 de medalii. Sportivii înalți din acea echipă au câștigat de trei ori mai multe medalii decât cei scunzi. Câte medalii au câștigat sportivii scunzi?
2. Kate și Liz aleargă în jurul stadionului cu aceeași viteză, dar Liz a pornit mai târziu. Când Liz a alergat 5 ture, Kate a făcut deja 10. Câte ture va alerga Kate când Liz va parcurge 10 ture?

Psihologii folosesc sarcini precum cele de mai sus pentru a [studia](#) când anume oamenii gândesc analitic. Poate că ați reușit să răspundeți imediat la întrebări, dar primul răspuns la astfel de enigme sugerat de intuiția noastră este foarte adesea greșit. De exemplu, mintea noastră ne spune din reflex - aproape imediat - că răspunsul la primul puzzle este 20. Este nevoie de un moment și de câteva calcule scurte pentru a ajunge la răspunsul corect - 15.

Când gândești repede și când gândești lent?

Gândiți-vă un moment la munca dumneavoastră cu tinerii. Când vine vorba de sarcini creative și de sarcini care necesită o gândire logică, prima idee care ne vine în minte poate părea bună. Uneori, însă, în timp, găsim soluții noi și mai bune, pe măsură ce ne concentrăm mai mult asupra sarcinii pe care o avem de îndeplinit.



Acesta este modul în care funcționează "brainstormingul" - un număr cât mai mare de persoane care să își prezinte ideile. Mai întâi, generăm soluții pentru a ne „încălzi” creierul și abia apoi evaluăm calitatea acestor soluții. De aceea, mergem mai întâi pe soluțiile propuse de mintea noastră rapidă și apoi venim cu idei din ce în ce mai bune, create de mintea analitică.

Acesta este modul în care funcționează **două sisteme de gândire** și veți afla mai multe despre ele în acest capitol. Doi psihologi celebri: Amos Tversky și Daniel Kahneman au [inventat](#) teoria gândirii rapide și lente pe baza unei serii de experimente. Cel din urmă a primit Premiul Nobel pentru descoperirile sale în domeniul economiei.

Gândire intuitivă și analitică

Reacțiile noastre intuitive sunt cele care ne ghidează atât în cazul primei idei care ne vine în minte atunci când rezolvăm puzzle-uri, cât și atunci când traversăm strada odată ce semaforul devine verde. Primul răspuns posibil apare în mintea noastră înainte de a fi luat în considerare toate opțiunile posibile.

Acest răspuns se dovedește a fi adesea util și suficient. Acesta este rostul gândirii intuitive - de a ajunge la concluzii care sunt „**corecte la prima vedere**”. Bineînțeles, nu vor fi întotdeauna adevărate.

De aceea, atunci când simțim că obiectivul nostru este mai important, mintea noastră trece la „modul analitic”, care necesită concentrare și mai mult efort.

Pilotul de raliu și navigatorul

Imaginați-vă o cursă între două mașini. Pe linia de start, avem o mașină de curse tunată, alături de care se află un modest SUV de familie. Atâta timp cât obiectivul este de a parcurge rapid o secțiune dreaptă a traseului, șoferul primei mașini se va descurca de minune.

Cu toate acestea, dacă traseul este complex și include secțiuni sinuoase, viraje frecvente și orientare, este mai bine să pariati pe mașina mai lentă. Șoferul acestuia se va deplasa în ritmul propriu și va ține cont de toate orientările importante, se va uita pe hartă și va lua în considerare fiecare viraj. Șoferul de raliu va porni la drum cu pneurile scârțâind și va fi primul care va încheia cursa - dar nu putem fi siguri că va urma traseul corect și va ajunge la linia de sosire.



Acestea sunt exact cele două sisteme de gândire ale noastre: uneori avem nevoie de un șofer rapid, iar alteori de un navigator atent.

Perspectiva internă și externă

În timp ce [folosiți](#) gândirea rapidă,recurgeți la indicii imediat disponibile care pot fi accesate rapid atunci când trageți concluzii - de exemplu, amintirile sau emoțiile pe care le simțiți într-un anumit moment.

Din același motiv, atât timp cât informația pare familiară și compatibilă (consecventă și coerentă) sau provine de la o persoană sau de pe un website în care avem încredere (credibilitate), sistemul de gândire rapidă va fi încrezător și va evalua mai ușor veridicitatea dovezilor.



Cu toate acestea, atunci când adoptăm „perspectiva externă” pentru a avea o viziune mai amplă asupra problemei, sistemul de gândire analitică ne va permite să analizăm mai bine problema. Ne vom asigura că informațiile sunt conforme cu noțiunile științifice, nu doar cu acele cunoștințe pe care le avem deja. Vom verifica dacă provin dintr-o sursă de încredere care nu are intenții rele față de noi. Ne vom asigura că consensul nu este rezultatul unei dezinformări diseminate sau că dovezile disponibile oferă o explicație bună a problemei.



„Odată, mătușa mea...” – dovezi anecdotice

Se [pare](#) că sistemul de gândire rapidă consideră că **dovezile anecdotice**, care se [bazează](#) pe o singură poveste sau pe o experiență unică, sunt incredibil de interesante – chiar dacă credibilitatea lor nu are implicații universale. Dovezile anecdotice încep de obicei cu expresii de genul: „Cunosc pe cineva care...”, „Am auzit că mătușa mea...”, „Cunosc o situație în care...”. Cu siguranță ați mai auzit astfel de argumente. Gândiți-vă dacă ați considerat că erau [credibile](#) la momentul respectiv și, dacă nu, de ce?

Nu uitați că este o idee bună să confrunțați situațiile punctuale cu dovezi susținute de o metodă științifică sau de statistici. Evaluarea critică necesită intervenția scepticului nostru interior, care va analiza informațiile disponibile dintr-o perspectivă mai largă. În caz contrar, riscăm ca, dacă vom crede știrile false o dată, să le credem din nou și din nou, până când ne vom pierde în rețeaua de dezinformare.

O minciună repetată de o mie de ori...

...devine adevăr. Cunoașteți această zicală. După cum vă amintiți, coerența față de cunoștințele pe care le dețineți deja face ca noua informație să pară mai fiabilă. Acest lucru ne poate conduce la o fundătură, [așa cum confirmă](#) cercetările psihologice privind **efectul adevărului iluzoriu**.

Repetiția facilitează reținerea informațiilor. Ce utilizează foarte mult informațiile reținute? Minte noastră, atunci când gândește intuitiv. Acesta este modul în care se răspândesc zvonurile. Începem să credem o poveste după ce o auzim din mai multe surse, chiar dacă aceasta nu se bazează pe fapte.



Iluzia adevărului este un mecanism prin care începem să credem că un lucru este adevărat pentru că îl știm deja, chiar dacă în realitate nu este adevărat. Acest lucru se întâmplă atunci când am văzut o anumită informație de multe ori în trecut și începem să presupunem că aceasta este „de notorietate” și că nu este nevoie să fie verificată. Expunerea la un anumit conținut ne permite să îl reținem mai ușor și, prin urmare, să concluzionăm că îl cunoaștem deja.

Aceeași viață, mai multe perspective

Iluzia adevărului ne face să credem că anumite lucruri sunt evidente și că nu merită să le punem la îndoială. După cum spune o vorbă din popor, „Când nu ai decât un ciocan, toate lucrurile par cuie”. La fel se întâmplă și în ceea ce privește convingerile. Faptul că ne agățăm de o anumită viziune a lumii ne face să căutăm cu nerăbdare informații care să confirme ceea ce credem deja.

Atunci când cineva încearcă să ne corecteze, se poate [declanșa](#) **disonanța cognitivă**, care este o [atitudine](#) care ne face să negăm din reflex informațiile cu care nu suntem de acord atunci când le întâlnim.



Disonanța cognitivă este un sentiment de tensiune psihologică neplăcută, resimțită atunci când o nouă informație nu este în concordanță cu ceea ce știm deja. Implică necesitatea de a asigura coerența între convingerile, atitudinile și comportamentele proprii. Soluția la disonanța cognitivă constă fie în abandonarea poziției actuale, fie în refuzul de a o accepta pe cea nouă. Atunci când primim informații care nu sunt în concordanță cu convingerile noastre, ne simțim inconfortabil și putem încerca să negăm ceea ce tocmai am auzit.



Gândire sub presiune

Viața ne cere să acționăm aici și acum. Trebuie să luăm decizii în permanență și nu putem analiza totul tot timpul. Ce se întâmplă atunci când suntem sub presiunea timpului sau când suntem foarte stresați? Incertitudinea este un sentiment extrem de neplăcut. Preferăm să știm exact ce se întâmplă în jurul nostru și ce putem anticipa.

Atunci când suntem supărați din cauza stresului, fricii sau furiei, preferăm explicații simplificate despre lume, care ne permit să rămânem calmi. Pentru a explica de ce anumite persoane trag concluzii prea repede, fără a aștepta dovezi, psihologii au inventat conceptul de **nevoie de închidere** (în sensul de concluzie, alinare) **cognitivă**.



Imaginează-ți că mintea ta este o mână. O poți folosi pentru a prinde noi informații, pentru a schimba povești cu alții, pentru a le transmite din mână în mână, precum și pentru a pune deoparte lucrurile de care nu sunteți sigur că sunt adevărate.

Ce se întâmplă într-o situație stresantă? Mâna se transformă într-un pumn. Tot ceea ce ținea la un moment dat este bine protejat împotriva căderii sau schimbului.

Mintea funcționează într-un mod similar - atunci când are o influență puternică asupra unei interpretări a lumii, este dificil să o convingi să „adopte” o interpretare diferită. O persoană care se comportă astfel poate părea „surdă” la noi argumente.

Încurcat în haosul de informații

În contextul dezinformării, aceasta este o problemă uriașă, mai ales atunci când însoțește subiecte dificile, cum ar fi pandemiile, războaiele, dezastrele naturale sau protestele. În astfel de situații, suntem vulnerabili la **doomscrolling** - urmărirea necontrolată și compulsivă a informațiilor. Atunci când ceva provoacă teamă sau reprezintă o amenințare în orașul, țara sau în lume, vrem să știm cât mai multe despre acest lucru. Căutăm consolare în rețeaua media.

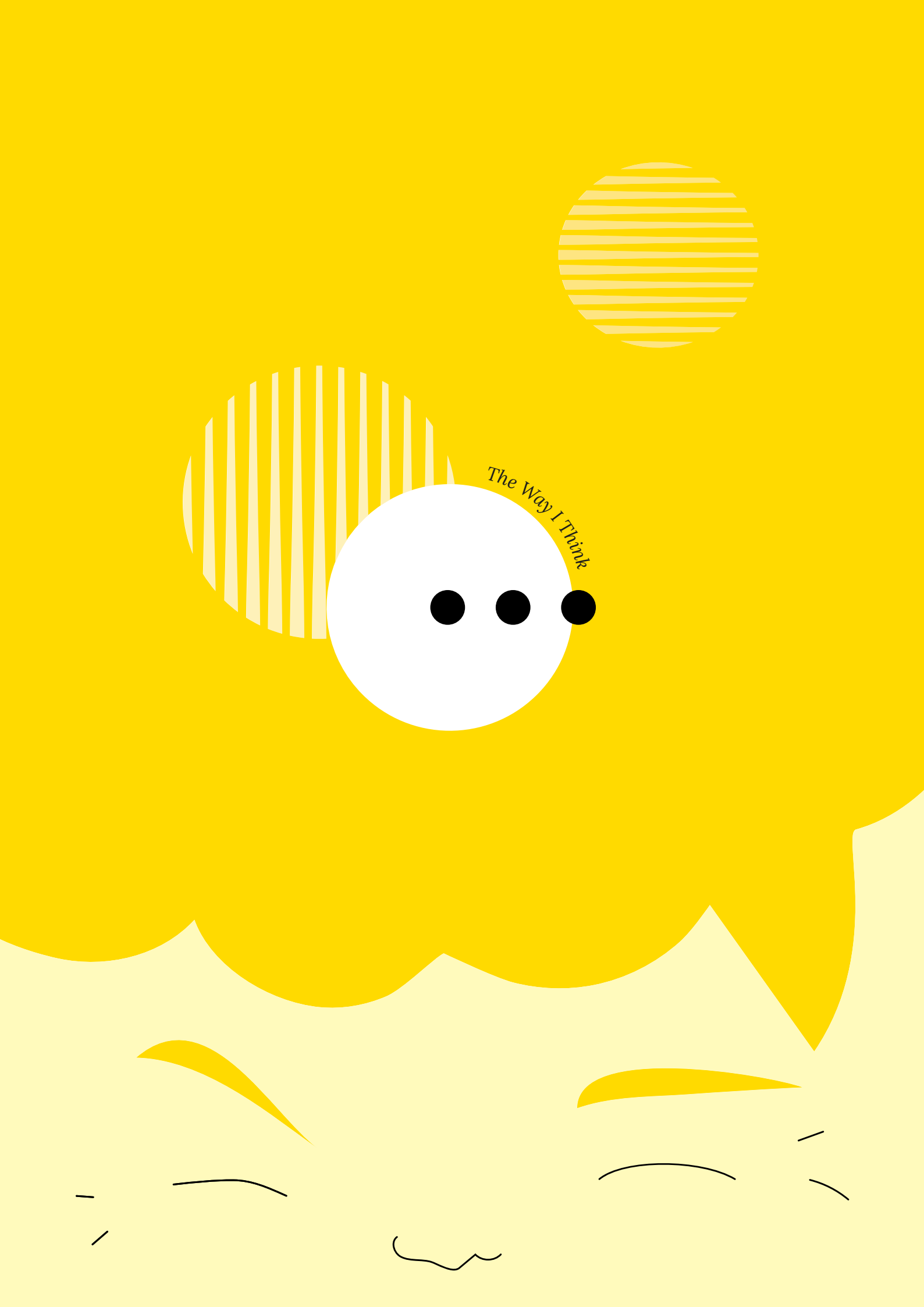
Notă finală despre emoții

Știrile false „se joacă” frecvent cu emoțiile dificile. Atunci când mintea ta se simte amenințată, folosești din reflex gândirea intuitivă, ceea ce îți permite să înțeleagă rapid situația. Este mult mai dificil să folosești o gândire mai lentă, analitică.

Atunci când mintea noastră preferă să folosească gândirea intuitivă, sacrificăm calitatea în favoarea acțiunii rapide. Oamenii care răspândesc dezinformarea știu foarte bine acest lucru și vor încerca să apeleze la sistemul tău de gândire rapidă. Tocmai în acele momente - când suntem cel mai puțin atenți - putem cădea în capcana știrilor false. Angajarea gândirii analitice ne poate scoate din dificultate.

Lectură suplimentară:

- Kahneman D (2011) *Thinking, Fast and Slow*. Penguin Books.
- Raeburn A (2024) What are heuristics and how do they help us make decisions? Asana, 15 January. Available at <https://asana.com/pl/resources/heuristics> (accessed 14 March.2024).
- Dale S Heuristics and Biases – The Science of Decision Making. *Business Information Review* 32 (2), June. Available at https://www.researchgate.net/publication/281232107_Heuristics_and_biases_The_science_of_decision-making (accessed 14 March 2024).



The Way I Think



Scenariul 1

Împărtășiți o poveste

90 de minute
(activitate într-o
singură cameră)10-12
13-15

mic/mare

gândirea rapidă
(intuitivă): iluzia
adevărului

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să experimenteze modul în care fiecare acordă atenție diferitelor detalii,
- să vadă mecanismul din spatele denaturărilor și zvonurilor.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- o poveste pe care o veți transmite participanților după un anumit model; puteți folosi sugestia noastră sau vă puteți crea propria poveste,
- foi de hârtie și pixuri, foi mari de hârtie/ flipchart, markere, creioane colorate.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care gândesc. Scenariul 1.](#)

Rezumatul
activității:

1. Facilitatorul alege până la 5 participanți - ceilalți vor acționa ca observatori. Tinerii selectați primesc foi de hârtie și instrumente de scris.
2. Primul participant primește povestea. O citește, o memorează și apoi o scrie pe foaia de hârtie.
3. Următorul participant primește povestea scrisă de participantul anterior, o citește, o memorează și o scrie pe o foaie de hârtie.
4. Procesul se repetă de atâtea ori câți participanți există.
5. Ultima persoană scrie povestea pe tablă sau pe flipchart. Toți participanții verifică împreună cât de mult diferă prima versiune a poveștii de ultima.
6. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
7. Tinerii sunt împărțiți în grupuri pentru a pregăti un poster intitulat „Cum să depistezi un zvon?”

Experiența mea

Distribuiți participanților foi de hârtie și ustensile de scris.

1. Oferiți primului participant povestea scrisă pe o foaie de hârtie. Indicați-i să o citească în liniște. Notă! Nu trebuie să o citească cu voce tare. După ce a citit, trebuie să returneze povestea facilitatorului.
2. Primul participant scrie pe foaia de hârtie ce și-a amintit din poveste și apoi o predă persoanei următoare.
3. Cel de-al doilea participant citește povestea scrisă de primul participant, înapoiază foaia de hârtie facilitatorului și notează ce și-a amintit.
4. Timpul necesar pentru a scrie poveștile depinde de numărul de persoane care participă la această activitate. Pentru a reține atenția participanților, vă recomandăm ca până la 5 persoane să fie implicate în scrierea poveștilor.
5. Toți ceilalți pot acționa ca observatori și își pot împărtăși gândurile la sfârșitul activității. Observatorii se află în sală pe tot parcursul activității.
6. Ultimul participant activ al activității scrie pe flipchart sau pe tablă povestea pe care și-a amintit-o.
7. Citiți povestea originală și împreună, verificați dacă diferă foarte mult.



Sugestie alternativă:

Dacă aveți la dispoziție două camere, puteți desfășura această activitate cerându-le participanților selectați să meargă în cealaltă cameră („sala de așteptare”), apoi să se întoarcă individual în camera principală pentru a-și relata verbal povestea.

Povești

Povestea 1 / Albă ca Zăpada și-a dorit să călătorească și să vadă lumea încă de când era copil. Cu toate acestea, a fost dificil cât timp a trăit alături de cei șapte Pitici. Avea grijă de colibă, gătea, făcea curățenie și se asigura că piticii se simțeau bine. Într-o zi, l-a întâlnit pe Prinț, care a invitat-o într-o călătorie în jurul lumii. Nu era sigură că este o idee bună. Îi era teamă că piticii nu se vor descurca singuri. Cu toate acestea, Piticii i-au arătat empatie și înțelegere. I-au mulțumit Albei ca Zăpada pentru numeroșii ani de ajutor și au ajutat-o să își facă bagajul pentru călătorie. Albă ca Zăpada era pe cale să înceapă un nou capitol din viața ei. (115 cuvinte)

Povestea 2 / Când Cenușăreasa l-a întâlnit pe Prinț, viața ei a luat o nouă întorsătură. Fata a devenit incredibil de bogată. Putea să facă cumpărături, să meargă la spa și să se bucure în fiecare zi de o mulțime de activități și avantaje distractive. Cumpărarea de încălțăminte a devenit noul ei hobby preferat. Și pe bună dreptate, din moment ce un pantof i-a schimbat soarta. Pantofii ei preferați erau diverse tipuri de papuci. Avea până la 500 de perechi! La mulți ani după moartea ei, strănepoții ei au deschis muzeul Cenușăresei, în care principala atracție era tocmai acea colecție de papuci.

(90 de cuvinte)

Povestea 3 / Rățușca cea urâtă nu înțelegea ce se întâmplă. Aceasta a publicat o nouă postare pe Instagram și a început să primească comentarii răutăcioase și ostilitate, deși Rățușca cea urâtă era o persoană atât de inteligentă și amabilă. A devenit foarte tristă, dar a decis să nu renunțe. La urma urmei, toată lumea trebuie să treacă prin pubertate. Diferitele simptome, cum ar fi petele de pe piele, aveau să treacă. Rățușca a depus mult efort studiind, exersând și lucrând la talentele sale. A crescut și a devenit o lebedă frumoasă și blândă. A devenit un YouTuber de un incredibil succes datorită canalului său, „Cum să fii o Lebedă”. (99 de cuvinte)

Povestea 4 / Robert Lewandowski este un jucător de fotbal polonez de renume mondial. A fost interesat de fotbal încă de când era copil. Putea bate mingea în timp ce-și făcea temele sau mânca. În 2006, s-a alăturat clubului de fotbal Znicz Pruszków. A jucat pentru cluburi precum: Lech Poznań, Borussia Dortmund și Bayern München. În prezent joacă la FC Barcelona. Fotbalistul nu consumă produse care conțin gluten sau lactoză și stă departe de băuturile îndulcite. Înainte de un meci, consumă alimente cu un conținut ridicat de proteine și mănâncă fructe după meci.

(93 de cuvinte)

Povestea 5 / Weronika „Wersow” Sowa este un influencer și YouTuber popular. A câștigat popularitate în principal datorită faptului că a fost membră a grupului EKIPIA, un grup înființat de un YouTuber poreclit „Friz”. Wersow și-a creat canalul în 2013. În prezent, este unul dintre canalele de top din România în ceea ce privește numărul de abonați. Wersow îl folosește pentru a publica materiale pe diverse teme, cum ar fi moda, machiajul sau recenzii de evenimente. De asemenea, ia parte la farse. Fetei îi place să fie activă - îi place să meargă pe role. În opinia ei, cel mai tare desen animat este „Cum să-ți dreszi dragonul”.

(93 de cuvinte)



Reflecțiile mele

Purtați o discuție cu participanții dumneavoastră la sfârșitul fiecărei variante. Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. Te-a surprins ceva din această activitate?
4. Ce ți-a arătat această activitate?
5. Cât de mult diferă povestea originală de cea finală, scrisă pe flipchart sau pe tablă?

Noile mele cunoștințe

În timpul acestui exercițiu, tinerii participanți ar trebui - cu ajutorul dumneavoastră - să observe că, chiar dacă nu au intenționat să facă acest lucru, atunci când repetă informații neverificate, se expun atât pe ei înșiși, cât și pe ceilalți, riscului de a memora informații eronate care s-au strecurat în povestea originală.

Spuneți-le participanților despre iluzia adevărului. Principiul numărul unu este: **O minciună repetată de multe ori devine adevăr.** Atunci când știrile false apar în mai multe locuri, le putem confunda prematur cu o informație de încredere. Simpla confruntare cu o informație de câteva ori face ca **sistemul nostru intuitiv** să decidă că această informație este familiară și, prin urmare, adevărată (când, de fapt, este doar în concordanță cu ceea ce am văzut anterior). Acesta este modul în care se răspândesc zvonurile. Începem să credem o poveste după ce o auzim din mai multe surse, chiar dacă aceasta nu se bazează pe fapte.

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Pentru a rezuma cunoștințele dobândite, puneți următoarele întrebări participanților dumneavoastră:

1. Se întâmplă același lucru în viața reală, când diverse persoane repetă informațiile pe care le aud? În ce situații?
2. Ai văzut un mecanism similar pe internet, la școală, printre prietenii tăi? Poți da exemple?

În continuare, împărțiți participanții în grupuri de mai multe persoane, dați-le foi mari de hârtie, markere sau creioane colorate și rugați-i să realizeze împreună un poster intitulat „Cum să depistezi un zvon?”.

După ce grupurile au creat posterele, prezentați-le în fața tuturor, apoi expuneți-le într-un loc vizibil pentru a putea folosi regulile zilnic.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- participarea activă la activitatea „Împărtășiți o poveste”,
- respectarea regulilor - în cazul observatorilor și al participanților care au auzit deja povestea, de exemplu, lăsând spațiu cuiva, făcând liniște, neoferind indicii,
- implicarea în rezumatul activității,
- împărtășirea reflecțiilor, gândurilor sau experiențelor lor.



Scenariul 2

Coifurile

30-60
minute10-12, 13-15
(diferență
în problema
prezentată)individual/mic/
maregândire lentă (analitică): analiza
aceleiași situații din perspective
diferite, disonanță cognitivă

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să învețe cum să adopte o poziție obiectivă și imparțială față de o anumită problemă,
- să vadă diferitele perspective din care poate fi discutat un anumit subiect,
- să exerseze și să adopte un anumit stil de gândire.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi de hârtie colorate, corespunzătoare culorilor coifurilor, care pot fi distribuite participanților pentru ca aceștia să știe ce coif vor folosi pentru a „gândi” (opțional: coifuri de hârtie în culorile corespunzătoare),
- o scurtă descriere a modului de gândire al coifului pe care îl vor folosi în timpul activității,
- pentru recapitularea individuală: fișe de lucru cu coifuri necolorate și descrierile acestora, markere sau creioane colorate.

Pentru participanții mai tineri (10-12 ani):

- ca parte a introducerii acestei activități, puteți pregăti coifuri de hârtie în culorile corespunzătoare coifurilor din descriere, pe care participanții le pot purta în timpul activității.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care gândesc. Scenariul 2.](#)

Rezumatul
activității:

1. Facilitatorul descrie modul în care funcționează coifurile de gândire și le atribuie participanților.
2. Facilitatorul citește o poveste, o problemă sau o dilemă. Participanții vorbesc despre subiect în funcție de coifurile care le-au fost atribuite.
3. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
4. Participanții își aleg coiful care le este cel mai confortabil: ei stau lângă desenele coifurilor așezate în cameră. Aceștia verifică ce coif ar dori să folosească mai mult în fiecare zi.

Experiența
mea

3. Pentru a afla mai multe despre tehnica coifurilor gânditoare, consultați cartea lui Edward de Bono, Six Thinking Hats.

„Coifurile gânditoare” este o activitate bazată pe o tehnică dezvoltată de un psiholog și medic din Malta - Edward de Bono. În această tehnică, o anumită problemă este analizată dintr-o perspectivă specifică a șase coifuri de gândire. Fiecărui coif i se atribuie o culoare și se concentrează pe un anumit mod de gândire³.

- **Coiful alb - fapte:** un mod de gândire bazat pe fapte, date și cifre. Acesta nu lasă loc pentru emoții sau speculații - contează doar ceea ce este sigur și verificat. Exemple de expresii: „Analiza datelor arată că...”, „Conform cifrelor...”, „Este un fapt că...”, „Să ne concentrăm asupra faptelor...”.
- **Coiful roșu - emoții:** să fii condus de emoții, sentimente, intuiții și presimțiri. Ceea ce contează este ceea ce simte cineva. Folosind acest mod de gândire, nu trebuie să reflectați, ci doar să acționați în funcție de starea de spirit.

Exemple de expresii: „Simt că...”, „Mi se pare că...”, „Intuiția mea îmi spune că...”, „Ce emoții evocă această situație?”.



- **Coiful verde - creativitate și oportunități:** înseamnă să vii cu idei inovatoare, creative, noi, neobișnuite. Imaginația ta nu are limite.

Exemple de expresii: „Am o idee...”, „Să ne gândim la ceva nou, creativ...”, „Să gândim inovator...”, „Să vedem unde ne duce imaginația...”.



- **Coiful galben - optimism:** înseamnă să fii optimist, să vezi partea pozitivă a lucrurilor, avantaje, beneficii, să vezi rezultate pozitive.

Exemple de expresii: „Să privim partea bună a lucrurilor...”, „Acest lucru are multe avantaje, cum ar fi...”, „Să abordăm situația cu optimism...”, „Văd o mulțime de efecte pozitive, cum ar fi...”.



- **Coiful negru - pesimism:** acest mod de gândire se concentrează pe aspectele negative, pe defecte și pe slăbiciuni.

Exemple de expresii: „Această idee are o mulțime de dezavantaje, cum ar fi...”, „Este o idee proastă...”, „Nu-mi place...”, „Nu cred că va funcționa...”.



- **Coiful albastru - moderatorul:** înseamnă respectarea regulilor ședinței, controlul desfășurării acesteia, asigurarea faptului că toată lumea are dreptul la cuvânt.

Exemple de expresii: „Permiteți-mi să vă reamintesc regula...”, „Persoana A, te rog să îți spui părerea...”, „Acum, argumentele persoanei C...”, „Vă rog să faceți liniște...”.

În calitate de facilitator al activității, familiarizați-vă sarcinile cu nuanțele coifurilor și modurile de gândire atribuite coifurilor de anumite culori.

Cum se atribuie coifurile participanților:

Coiful albastru este, de obicei, moderatorul întregului proces, așa că vă sugerăm să oferiți acest coif celui care facilitează activitatea, adică educatorului, instructorului sau profesorului. Dacă un tânăr din grup poate îndeplini acest rol, i-l puteți atribui. Sprijiniți persoana respectivă, dacă este necesar.

După excluderea coifului albastru, tot ce rămâne de făcut este să distribuim cele cinci coifuri rămase.

Tipurile de coifuri pot fi atribuite la întâmplare sau în mod deliberat de către facilitator. Dacă știți că unul dintre tinerii participanți are un mod de gândire clar definit - de exemplu, este incredibil de critic în orice situație, îi puteți atribui intenționat un coif galben sau verde pentru ca acesta să exerseze un mod diferit de gândire și de abordare a problemei.

Coifuri cunoscute sau necunoscute:

Participanții pot ști cine ce coif are, adică ce mod de gândire vor urma în timpul exercițiului.

De asemenea, puteți introduce o altă regulă, și anume: după ce li s-a atribuit un coif (în mod deliberat sau aleatoriu), participanții nu pot dezvălui ce coif vor folosi pentru a „gândi”. După ce au rezolvat problema, tinerii trebuie să ghicească ce coifuri poartă colegii lor.

Nu trebuie să distribuiți toate coifurile, iar același coif poate fi atribuit mai multor persoane. De exemplu, dacă desfășurați activitatea pentru trei persoane, puteți atribui doar trei coifuri sau două coifuri pentru fiecare persoană.

Împărțiți-vă participanții în echipe și repartizați-le coifurile. Fiecare grup trebuie să se concentreze pe expunerea ideilor și argumentelor în conformitate cu modul de gândire al coifului atribuit.

1. După ce ați atribuit în mod deliberat sau aleatoriu coifurile anumitor persoane, citiți o poveste sau o problemă pe care grupul trebuie să o rezolve împreună, ținând cont de regula conform căreia fiecare persoană poate vorbi și prezenta



ideile și argumentele sale doar în limitele determinate de un anumit coif.

2. Participanții au la dispoziție până la 30 de minute pentru a finaliza sarcina. Nu uitați că fiecare persoană trebuie să aibă șansa de a vorbi cel puțin o dată (pe rundă). Timpul de vorbire sugerat pentru fiecare participant este de 2-4 minute pe rundă. Fiecare persoană va putea lua parte la o discuție. Dacă aveți coiful albastru, moderați discuția și urmăriți cursul conversației. În cazul în care unul dintre participanți îndeplinește acest rol, acesta trebuie să se asigure că regulile sunt respectate și trebuie să îl sprijiniți în această sarcină.

Puteți folosi banca noastră de idei pentru discuții. De asemenea, puteți veni cu propriile subiecte sau le puteți inventa împreună cu participanții înainte de a începe discuția cu coifurile.

Sugestii alternative:

- Pentru lucrul individual

Facilitatorul citește o poveste, o problemă sau o dilemă, în timp ce tânărul poate veni cu soluții și argumente pentru toate coifurile, un coif sau mai multe dintre acestea.

- Pentru lucrul în grup mic

Atribuiți doar atâtea coifuri câte persoane sunt în grup sau atribuiți două coifuri pentru fiecare persoană; coifurile se pot repeta.

Subiecte/probleme propuse:

- **Subiect 1** / Un nou coleg de clasă este pe cale să vi se alăture. Aflați că are un canal YouTube dedicat jocurilor video. Din nefericire, păreriile despre canal sunt negative. Unele dintre comentarii îl acuză pe respectivul YouTuber că trișează.
Sarcina voastră: Discutați despre ce fel de primire ar trebui să-i faceți în clasă.
- **Subiect 2** / Există o problemă din ce în ce mai mare legată de zgomotul din centrul vostru comunitar sau clubul de tineret. În timpul zilei, când sunt mulți, toată lumea vorbește foarte tare și este dificil să discuți, să-ți faci temele sau să te joci în liniște.
Sarcina voastră: În calitate de reprezentanți ai centrului comunitar/clubului de tineret, găsiți modalități de rezolvare a problemei zgomotului.
- **Subiect 3** / Sunteți un grup de berze care se pregătesc să zboare spre sud înainte de iarnă.
Sarcina voastră: Elaborați un plan de călătorie și o listă cu lucrurile pe care trebuie să le pregătiți.
- **Subiect 4** / Puteți angaja un instructor în centrul comunitar sau în clubul de tineret pentru a desfășura activități suplimentare.
Sarcina voastră: În calitate de reprezentanți ai centrului comunitar/clubului de tineret, veniți cu o idee pentru activitatea suplimentară.

Reflecțiile mele

La finalul variantei de activitate aleasă, purtați o discuție cu participanții. Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. Te-a surprins ceva din această activitate?
4. Ce ți-a arătat această activitate sau ce ai învățat din ea?
5. Ți-a fost ușor să îți asumi rolul atribuit/aleatoriu ales - cu alte cuvinte, să gândești conform regulilor coifului de o anumită culoare?



Noile mele cunoștințe. Teorie pentru participanți

Spuneți-le participanților despre cum **disonanța cognitivă** împiedică lucrul în grup - atunci când ne este dificil să adoptăm viziunea altora pentru că o avem deja pe a noastră. În mod similar, unei persoane care poartă un coif optimist îi este greu să comunice cu o persoană cu un coif pesimist. Acestea folosesc ipoteze complet diferite. Atunci când suntem excesiv de atașați de un punct de vedere sau de o convingere tipică unui anumit coif, suntem mai puțin înclinați să ascultăm argumentele celeilalte părți.

Folosiți roata emoțiilor pentru a discuta cu participanții despre ceea ce simt atunci când nu sunt de acord cu cineva sau cu ceva. Disonanța este o senzație neplăcută: este tensionată și trebuie să facem față cumva acestei tensiuni. Atunci când întâlnim ceva care ne poate zdruncina sistemul de convingeri, ne este ușor să respingem pur și simplu noile informații - să le ignorăm sau să le negăm.

Găsirea conexiunii și construirea imunității. Ce legătură are aceasta cu dezinformarea?

În timpul acestui exercițiu, participanții au putut observa că menținerea unui singur punct de vedere a îngreunat, de fapt, elaborarea unei soluții. Folosiți acest fapt și faceți referire la aspectele negative ale disonanței cognitive în discuția dumneavoastră. Ce au simțit tinerii atunci când au fost nevoiți să se confrunte cu un punct de vedere diferit? Încercați să etichetați aceste emoții împreună cu ei. A fost vorba, de exemplu, de iritare?

În continuare, invitați participanții să rezume întregul proces. Împreună, analizați următoarele întrebări:

1. Este ușor pentru mine să „schimb” un coif cu un altul?
2. Cum se poate „trece” cu ușurință de la un coif la altul?

Pentru a rezuma întreaga activitate, împrăștiati pe podea imagini cu coifuri colorate sau foi de hârtie în culorile care simbolizează coifurile. Rugați participanții să stea lângă coiful sau foaia de hârtie cu care se identifică cel mai bine. În continuare, întrebați participanții ce coif ar dori să folosească mai mult decât o fac în prezent. Puteți oferi următorul exemplu: ca optimist, mă concentrez pe părțile pozitive ale situațiilor, dar uneori nu reușesc să observ aspectele negative care m-ar putea pune în gardă împotriva anumitor lucruri - de aceea aș dori să folosesc mai mult coiful negru. Rugați participanții să completeze următoarele propoziții pe foi de hârtie: „Coiful cu care mă identific cel mai mult este... pentru că...” și „Aș vrea să folosesc mai mult coiful... pentru că...”.

Rezumați: Toate coifurile sunt importante și necesare, la fel ca diferitele moduri de gândire. Este bine să folosim diferite moduri de gândire și să privim un anumit subiect sau o situație din perspective diferite.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia “micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- participarea activă și implicarea în asumarea rolului unui anumit coif,
- furnizarea de argumente ca parte a rolului atribuit sau ales aleatoriu,
- implicarea în rezumatul activității,
- împărtășirea reflecțiilor, gândurilor sau experiențelor lor.



Scenariul 3

Completarea lacunelor



40 minute

10-12
13-15individual/
mic/mareînchiderea (în
sensul de concluzie)

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să experimenteze nevoia de închidere cognitivă,
- să vadă cum închiderea cognitivă poate afecta percepția mass-media.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- imagini care prezintă obiecte parțial ascunse (de exemplu, animale, obiecte de uz cotidian etc.).
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care gândesc. Scenariul 3.](#)

Rezumatul
activității:

Alternativă pentru participanții mai tineri:

1. Facilitatorul le arată participanților o imagine parțial ascunsă.
2. Participanții ghicesc ce reprezintă imaginea, iar apoi facilitatorul le arată imaginea completă.
3. Facilitatorul îi întreabă pe participanți cum au recunoscut ce era în imagine, ce a fost util, ce a fost înșelător și apoi repetă procesul cu alte câteva imagini.

Alternativă pentru participanții mai în vârstă:

1. Participanții se împart în trei grupuri și pregătesc un meme care să descrie „problemele tinerilor”.
2. Fiecare grup își prezintă activitatea în fața tuturor. Celelalte grupuri încearcă să ghicească ce au vrut să spună autorii meme-ului și prezintă propria interpretare sau explicație a meme-ului.
3. Autorii meme-ului descriu ce au vrut să transmită prin intermediul meme-ului.

Continuare după activitatea principală

1. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
2. Tinerii vorbesc despre modul în care corpul lor reacționează și despre sentimentele și gândurile pe care le au atunci când se află într-o situație stresantă. Facilitatorul notează răspunsurile acestora.

Experiența mea

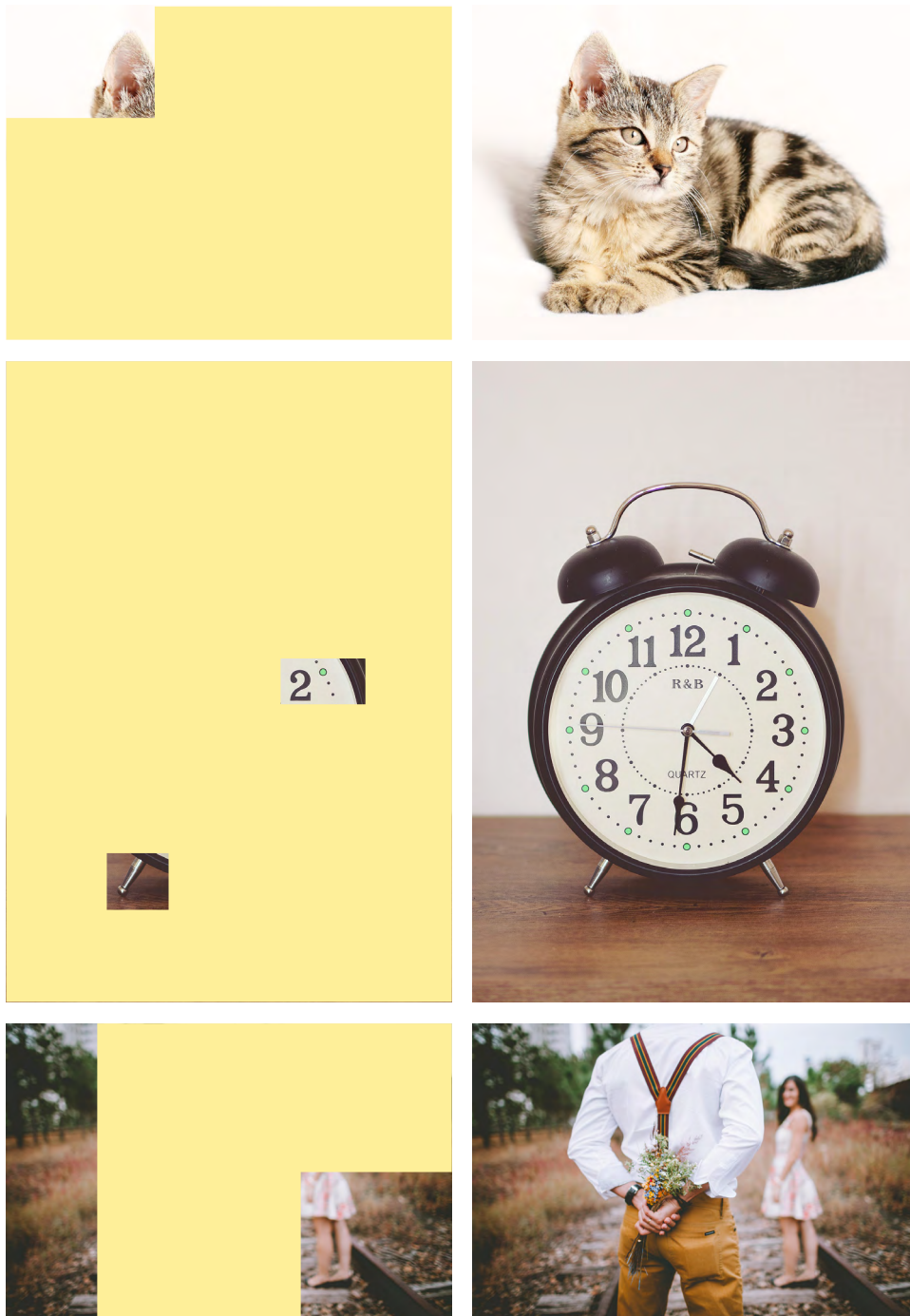
Alternativă pentru participanții mai tineri:

1. Pregătiți mai multe imagini în care sunt vizibile doar părți ale obiectelor sau animalelor, de exemplu părți ale corpului unui singur animal, cum ar fi capul, coada sau un membru.
2. Arătați-le participanților câte o imagine pe rând. Rugați-i să ghicească, pe baza indiciilor disponibile, ce animal sau obiect este reprezentat în imagine.
3. Evidențiați modul în care participanții încearcă să completeze lacunele de informații pe baza fragmentelor vizibile.
4. După ce ați obținut răspunsurile lor, arătați imaginea completă și comparați-o cu răspunsurile participanților. Împreună, discutați despre informațiile disponibile și despre modul în care au încercat să completeze elementele lipsă pe baza indiciilor vizibile.
5. Repetați acest proces pentru mai multe imagini, pentru a oferi mai multe ocazii de a observa și a discuta despre „închiderea cognitivă”.

Felul în care gândesc. Completarea lacunelor



Această activitate poate fi desfășurată și în timpul întâlnirilor individuale cu tinerii.



Imagini sugerate

Alternativă pentru participanții mai în vârstă:

1. Împărțiți participanții în trei grupuri. Fiecare grup are sarcina de a pregăti un meme care să descrie „problemele tinerilor”. Dați-le 15 minute pentru a finaliza sarcina.
2. Apoi, invitați primul grup să prezinte meme-ul. Cereți celor două grupuri rămase să răspundă la următoarele întrebări:



- Ce au vrut să transmită autorii meme-ului?
 - Cum ați interpreta sau explica acest meme?
3. După ce aceștia termină de vorbit, rugați autorii să își împărtășească viziunea. Verificați dacă presupunerile tinerilor au fost apropiate de intențiile reale ale autorilor meme-ului.
 4. Repetați procesul cu celelalte două grupuri.

Reflecțiile mele

Purtați o discuție cu participanții la sfârșitul variantei selectate. Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. Te-a surprins ceva din această activitate?
4. Ce ți-a arătat această activitate sau ce ai învățat din ea?

**Noile mele cunoștințe.
Teorie pentru participanți**

Invitați participanții să rezume întregul proces. Mintea noastră umple automat golurile și face conexiuni pe baza elementelor disponibile. Este ca și cum am rezolva un puzzle, chiar dacă ne lipsesc anumite piese. Acest lucru s-a întâmplat atât în timpul exercițiului cu meme-uri, în care am adăugat propria noastră interpretare la un mesaj simplu, cât și în timpul exercițiului cu imagini incomplete.

Atunci când nu putem vedea imaginea completă, începem să ghicim și să ne bazăm pe asocieri. De unde provin? **Nevoia de închidere cognitivă** ne face să ne „agățăm” de interpretarea sau sentimentul imediat disponibil și, ulterior, să refuzăm să renunțăm la el. Opinia noastră este „înghețată”, ceea ce face mai dificil să ne convingă să ne schimbăm poziția.

În situații dificile, neașteptate, care dau naștere la numeroase emoții, avem tendința de a trage rapid concluzii pripite. Circumstanțele stresante ne fac mai puțin rezistenți la incertitudine și ambiguitate. Căutăm ceva care să ne servească drept cadru de interpretare a noilor evenimente. Vorbiți despre acest lucru folosind roata emoțiilor.

Găsirea conexiunii și construirea imunității.

Întrebați-i pe participanți despre reacțiile corporale, gândurile și sentimentele care apar în timpul unei situații stresante (precum cea prezentată în meme). Scrieți sugestiile lor pe flipchart sau pe tablă.

Corp	Sentimente	Gânduri
------	------------	---------

Cum se comportă într-o situație stresantă? Exclud involuntar informațiile noi și evită discuțiile? Încearcă să găsească cât mai multe informații noi pentru a înțelege mai bine ce se întâmplă? Sau poate că încearcă să nu se gândească deloc la această situație și acceptă prima cale de ieșire sau interpretare disponibilă? Discutați cu participanții despre faptul că stresul poate atât să motiveze, cât și să paralizeze.

Invitați-i pe tineri la o sesiune de brainstorming care presupune completarea următoarei propoziții: „Când răsfoiesc online conținuturi care provoacă stres, pot...”. Scrieți ideile pe flipchart sau pe tablă. Spuneți-le participanților că una dintre strategiile pentru a face față stresului în astfel de situații poate fi aceea de a se abține să adauge propria poveste la informațiile pe care le citesc, le văd sau le aud.

Pentru a rezuma, rugați participanții să completeze următoarea propoziție pe foi de hârtie: „Data viitoare, când voi observa că adaug propria mea poveste la informații,



chiar dacă nu cunosc toate datele, am să...”. Ataşaţi foile de hârtie la posterul pe care l-aţi pregătit împreună.



Ca parte a rezumatului întregii activităţi, oferiţi asigurări participanţilor. La finalul procesului, transmiteţi fiecărui participant un mesaj în care să indicaţi cel puţin un lucru pozitiv pe care l-aţi observat în timpul activităţii. Astfel, veţi sublinia “micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- participarea activă şi implicarea activă pentru a ghici ce reprezintă imaginea,
- implicarea în rezumatul activităţii,
- implicarea în timpul lucrului în grup,
- împărtăşirea reflecţiilor, gândurilor sau experienţei lor.



Scenariul 4

Simularea unui proces



140 minute



13-15



mic/mare



gândire lentă (analitică): criterii de
adevăr și evaluarea calității dovezilor
- dovezi anecdotice

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să își îmbunătățească capacitatea de a-și folosi al doilea sistem (gândire lentă) pentru a-și construi argumente, a-și exprima opiniile și a-și schimba perspectiva,
- să discute evaluarea fiabilității probelor și a surselor acestora,
- să discute despre idolii online și comportamentul lor, să analizeze care comportamente ale idolilor sunt oneste și care pot determina punerea fanilor în situații periculoase.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- fișe de rol pentru participanți,
- o foaie suplimentară pentru persoana care joacă rolul judecătorului,
- o foaie de hârtie/foaie de flipchart și markere.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care gândesc. Scenariul 4.](#)

Rezumatul
activității:

1. Fiecare participant primește o fișă de rol.
2. Facilitatorul citește povestea.
3. Participanții notează argumentele și își pregătesc declarațiile, în funcție de rolul care le-a fost atribuit.
4. Simularea procesului se desfășoară conform scenariului.
5. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
6. Participanții lucrează în grupuri pe tema atribuită. În continuare, fiecare grup își prezintă activitatea.
7. Participanții răspund la următoarele întrebări: Ce situații similare cu aceasta au avut loc în lumea reală? Cunoașteți astfel de situații din lumea influencer-ilor sau YouTuber-ilor?

Experiența mea

„Simularea procesului” este o activitate mai lungă, care poate fi desfășurată pe parcursul mai multor zile sau poate fi finalizată într-o singură zi.

Sarcina participanților va fi de a prelua rolurile de:

- Acuzat (dacă știți că prezentarea acestui rol în grupul dumneavoastră poate fi dificilă, puteți schimba acest rol cu un avocat suplimentar sau cu un reprezentant al acuzatului),
- Avocat,
- Procuror (sau echipa de procurori),
- Martori,
- Judecător (sau echipa de judecători).

În aceste roluri, ei vor evalua povestea pe care le-o citiți, vor prezenta argumentele și vor decide asupra rezultatului procesului. Puteți crea roluri suplimentare pentru simularea procesului, după cum este necesar.

1. Atribuiți un rol fiecărui participant sau permiteți-le să își aleagă rolurile la



întâmplare. Fișele de rol vor conține o scurtă descriere a comportamentului și cunoștințelor unui anumit personaj.

2. Povestiți-le participanților povestea în care își vor juca rolurile. Sugestia noastră se află la sfârșitul descrierii activității.
3. Când îi familiarizați pe tineri cu povestea, prima lor sarcină va fi să scrie argumente și să facă declarații în conformitate cu rolurile lor. Oferiți-le suficient timp pentru a se pregăti.
4. Apoi, fiecare parte va avea posibilitatea de a face o declarație. Procurorul, avocatul și judecătorul pot pune întrebări suplimentare. În calitate de facilitator, stabiliți timpul pentru întregul proces și pentru declarațiile fiecărei părți. Sprijiniți persoana care joacă rolul judecătorului în desfășurarea procesului.

Sugerăm următoarele intervale de timp pentru elementele individuale:

- pregătirea argumentelor de către participanți - 20 de minute,
- întregul proces - 100 de minute, inclusiv timpul pentru ca fiecare parte să facă o declarație - limitați timpul de vorbire la maximum 4-5 minute și numărul de întrebări pentru martori la 1-2,
- rezumatul activității - 20 de minute.

Durata activității va depinde de dinamica grupului și de gradul de implicare și de dorința de a vorbi a participanților.

După audierea tuturor părților, judecătorul sau echipa de judecători are sarcina de a prezenta verdictul.

În final, fiecare persoană poate citi cu voce tare descrierea rolului său, astfel încât ceilalți să poată afla ce au spus fișele de rol.

Prezentați povestea (citiți-o cu voce tare tuturor participanților):

Coraline este un celebru influencer și YouTuber. Ea are propriul canal de YouTube numit „Lumea lui Coraline”. Videoclipurile ei sunt despre modă, frumusețe și un stil de viață sănătos.

Ea este iubita unui rapper numit Frog. Ei apar împreună ca un cuplu pe canalul lui Coraline și înregistrează conversații pe teme legate de viață. Coraline este activă și pe alte rețele de socializare. Ea are milioane de adepți. Companiile o plătesc pentru a face reclamă produselor lor prin intermediul canalelor sale. Coraline pregătește scurte recenzii video ale acestor produse. De obicei, atunci când o companie o plătește pentru o reclamă, ea dezvăluie că postarea sa este sponsorizată.

Recent, Coraline a început să-și înregistreze cântecele. De asemenea, colaborează cu rapperi care sunt la început de carieră.

Coraline a primit un mesaj de la „Salve”, o companie care tocmai intră pe piață. Mesajul îi cerea să facă publicitate magazinului lor online cu produse de înfrumusețare. În reclamă, Coraline ar trebui să împărtășească un cod special care le oferă cumpărătorilor o reducere de 80% la prima achiziție. Pentru a face cumpărături în magazinul online este nevoie de acces la un card de plată.

Coraline a fost de acord cu această colaborare.

Ceva mai târziu, a început să primească comentarii pe profilurile sale, conform cărora magazinul online își înșela clienții și încasa întreaga sumă a cumpărăturilor, fără a include reducerea promisă.

Coraline primește o scrisoare de la tribunal, în care i se spune că urmează să înceapă un proces. Ea a fost acuzată de fraudă prin inducerea în eroare a fanilor săi*.

*Frauda este reglementată în titlul 18 din Codul SUA § 1341.



Fișe de rol

Următoarele informații sunt disponibile numai pentru persoanele care primesc fișele de rol specifice.

Rol: Acuzata (reprezentantul acuzatei)

Te simți nesigură în această situație. Ai putea avea probleme. „Salve”, compania care a propus colaborarea, te-a informat că reducerea de 80% se va aplica doar primelor 50 de persoane care fac o achiziție într-un anumit interval de timp. Clienții următori vor plăti deja întreaga sumă a comenzii. Un reprezentant al „Salve” ți-a cerut să nu dezvălui acest fapt clienților în reclama magazinului. Ai fost de acord cu această condiție. Ai prezentat informația despre reducere ca și cum ar fi trebuit să se aplice oricărui client care cumpără de pe site-ul companiei.

În timpul procesului, nu pledezi vinovat din prima. Cauți argumente pe care le-ai putea folosi în apărarea ta. În cele din urmă, trebuie să recunoști că ai făcut o greșală și să spui adevărul. Încearcă să vezi în ce moment argumentele părților sau declarațiile acestora îl fac pe personajul tău să vrea să spună adevărul. Dacă decizi că nu a avut loc un astfel de moment în timpul simulării, nu uita că sarcina personajului la final este de a spune adevărul. Poți fie să îți exprimi remușcările pentru ceea ce s-a întâmplat și să îți ceri scuze, fie să susții că ai face același lucru din nou.

Dacă ești reprezentantul acuzatei, prezintă cine ești în calitate de persoană autorizată de acuzată să vorbească în numele său. Poți fi al doilea avocat, dar în acest caz nu poți împărtăși toate cunoștințele tale cu avocatul principal.

Rol: Procurorul (sau echipa de procurori)

Sarcina voastră este de a conduce la dezvăluirea adevărului. Este într-adevăr Coraline vinovată de întreaga situație? A ascuns clienților informații despre reduceri?

Potrivit probelor strânse, iubitul lui Coraline, Frog, a participat la câteva discuții cu reprezentanții „Salve”. El ar putea ști dacă Coraline era la curent cu înșelătoria și dacă a participat ea însăși la ea.

Sarcina voastră este de a pune întrebări de sondaj pentru a descoperi întreaga poveste, în cât mai multe detalii.

În timpul procesului, puteți pune întrebări acuzatei sau reprezentantului acesteia, precum și martorilor. La final, trebuie să prezentați pledoaria finală. În funcție de direcția pe care o va lua în cele din urmă povestea, cereți Curții să rezolve situația, după caz.

Rol: Avocatul

Sarcina ta este să aperi clientul: caută argumente în sprijinul bunei sale voințe și a bunelor sale intenții, sau, dimpotrivă, a ignoranței sale.

Pe baza poveștii pe care o auzi, pregătește argumente în sprijinul nevinovăției clienței tale. În timpul procesului, poți pune întrebări acuzatei sau reprezentantului acesteia, precum și martorilor. La final, trebuie să prezinți pledoaria finală. În funcție de direcția pe care o ia în cele din urmă povestea, cere o rezolvare a situației care să fie potrivită pentru clienta ta. Poți solicita ca aceasta să fie găsită nevinovată sau ca pedeapsa să fie cât mai blândă posibil.

Rol: Judecătorul (sau echipa de judecători)

Sarcina ta este de a te asigura că fiecare parte implicată are șansa de a face o declarație. Se convoacă fiecare persoană și i se acordă un timp de vorbire.

Ascultă cu atenție toate argumentele. La finalul procesului, sarcina ta este să iei o decizie și să o anunți. Atunci când vorbești cu toată lumea, încearcă să fii cât mai neutru posibil. Vei avea sprijinul facilitatorului/profesorului.



Rol: Martorul 1 - clientul magazinului online

Ești un client al magazinului online cu produse de înfrumusețare, administrat de „Salve”. Idolul tău, Coraline, a făcut reclamă acestui magazin și produselor sale pe rețelele sale de socializare. Ea a împărtășit, de asemenea, un cod care a acordat o reducere de 80% la prima achiziție! Era nemaipomenit. Ai plasat o comandă mare și a trebuit să îți furnizezi numărul cardului pentru a efectua plata. Este normal - trebuia să faci același lucru în aplicația de taxi, așa că nu te-ai mirat. Ai introdus codul de reducere. Totul părea în regulă. Cu toate acestea, când tranzacția a fost finalizată, s-a dovedit că întreaga sumă a fost retrasă! Era o sumă enormă! Te-ai supărat foarte tare și ai depus o plângere. Când ai văzut comentarii la postarea lui Coraline care spuneau că același lucru s-a întâmplat și altora, ai decis să depui mărturie în cadrul procesului.

Simți amărăciune pentru modul în care Coraline și-a înșelat fanii. Pentru că te-a păcălit.

Rol: Martorul 2 - Frog, rapper și prietenul lui Coraline

Nu ești mulțumit de acest proces. Nu vrei să furnizezi nicio informație, dar pe de altă parte știi că trebuie să spui ceva. Cu toate acestea, și binele tău contează pentru tine. Nu vrei să fii tras la răspundere.

Tu și Coraline vă întâlniți de puțin timp, dar crezi că această relație are potențial, mai ales din punct de vedere profesional. Îți dai seama cât de multe puteți realiza împreună și câți bani puteți face. O iubești pe Coraline? Îți place persoana, dar o privești prin prisma banilor. Ai multe de câștigat din această relație.

Coraline a început să colaboreze cu „Salve” pe cont propriu. Ea ți-a spus că reprezentanții companiei au oferit un onorariu mai mare dacă se abține să dezvăluie informații complete despre cine poate obține o reducere la prima achiziție. Reducerea de 80% din comandă trebuia să se aplice doar primelor 50 de persoane care fac o achiziție într-un anumit interval de timp. Toți ceilalți ar plăti suma obișnuită. Ai sfătuit-o pe prietena ta să fie de acord cu aceste condiții. Cine va dovedi că Coraline știa despre asta? Toate detaliile au fost transmise prin telefon. În plus... Ceea ce este important este ceea ce puteți câștiga, nu ceea ce vor pierde oamenii.

Încearcă să folosești propoziții scurte și să furnizezi doar mici informații. Răspunde doar la întrebările care ți se adresează.

Rol: Martorul 3 - un fan

Ești cel mai mare fan al lui Coraline și conduci fan clubul ei oficial. Îți poți întâlni idolul în propriul ei apartament! Împreună, îi planifici postările și întâlnirile cu alți fani. Te simți foarte norocos că poți fi aproape de ea și că poți fi prieten cu ea. Da - pentru tine, este o formă de prietenie.

Ai încredere în Coraline și îi apreciezi munca. O admiri. În viitor, îți dorești să fii la fel ca ea: să ai propriul canal și să câștigi bani făcând numai lucruri plăcute.

Nu-ți place prea mult prietenul ei, Frog - ceva la el nu-ți place. Poate că este vorba de faptul că Coraline a devenit o persoană ușor diferită de când el este în preajmă. A început să mănânce fast-food, deși susține că mănâncă sănătos pe canalul ei. Ai impresia că Frog are o influență negativă asupra ei.

Recent, când ai vizitat-o pentru a discuta despre următoarea întâlnire cu fanii, ai auzit o conversație ciudată. Coraline vorbea cu Frog despre noua ei colaborare cu „Salve”. Știai deja că idolul tău va promova un magazin online cu produse de înfrumusețare. Ceea ce te-a surprins a fost faptul că Frog a fost nepoliticos și neplăcut față de Coraline. L-ai auzit spunând: „De ce îți pasă de oameni? Această colaborare ne va aduce o grămadă de bani. Cine va dovedi că reducerea este doar pentru un anumit număr de persoane?!”.

**Fișa de rol a judecătorului - desfășurarea procesului**

- Începe o audiere în instanță în cazul Coraline și posibilitatea ca aceasta să fi comis o fraudă împotriva urmăritorilor săi.
- Primul care va face o declarație va fi procurorul. Vă rog să-mi spuneți de ce credeți că Coraline se face vinovată de fraudă împotriva fanilor ei (e timpul pentru declarație).
- Acum va lua cuvântul avocatul. Vă rog să-mi spuneți de ce credeți că Coraline nu se face vinovată de fraudă împotriva fanilor ei (e timpul pentru declarație).
- Acum, este momentul ca acuzata sau reprezentantul acuzatei să facă o declarație (momentul declarației).
- Procurorul are întrebări pentru acuzată?
- Avocatul are întrebări pentru acuzată?
- Am chemat primul martor - un client al magazinului online.
- Vă rugăm să vă prezentați și să ne spuneți ce știți despre acest caz.
- Procurorul are întrebări pentru martor?
- Avocatul are întrebări pentru martor?
- Mulțumesc, martorul numărul unu. Chem pe cel de-al doilea Martor - Frog, rapperul.
- Vă rugăm să vă prezentați și să ne spuneți ce știți despre acest caz.
- Procurorul are întrebări pentru martor?
- Avocatul are întrebări pentru martor?
- Mulțumesc, martorul numărul doi. Chem pe cel de-al treilea Martor - fanul lui Coraline.
- Vă rugăm să vă prezentați și să ne spuneți ce știți despre acest caz.
- Procurorul are întrebări pentru martor?
- Avocatul are întrebări pentru martor?
- Mulțumesc, martorul numărul trei.
- Domnule procuror, vă rog să vă prezentați pledoaria finală.
- Vă mulțumesc. Domnule avocat, vă rog să vă prezentați pledoaria finală.
- Vă mulțumesc. Vom lua o pauză pentru a lua o decizie.
- După pauză: Prin prezenta anunț verdictul în cazul lui Coraline.
- Coraline a fost găsită vinovată / nevinovată.
- Instanța prezintă argumentele prezentate de părți.
- Instanța prezintă argumentele pentru decizia sa.
- Cazul este închis.

Reflecțiile mele

Participanții își abandonează simbolic rolurile: dați mâna cu persoana care stă lângă voi și spuneți-i numele vostru real.

Folosiți întrebările sugerate de noi în rezumat:

1. Cum te-ai simțit în timp ce îți jucai rolul? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
2. Ce a fost dificil în rolul tău?
3. Ce a fost ușor în rolul tău?
4. A fost ușor de alcătuit și de prezentat argumentele tale?
5. Ce sentimente te-au însoțit atunci când ai luat decizia finală în acest caz?
6. Care argumente ți s-au părut mai ușor de înțeles și cu care nu ai fost de acord?



7. Ce sentimente te-au însoțit atunci când o persoană sau mai multe persoane luau decizia finală în acest caz?
8. Ce ai învățat despre tine însuși datorită participării la această activitate?

Noile mele cunoștințe

Referiți-vă la activitatea anterioară pentru a le arăta tinerilor că, în unele situații, „**concluziile bune la prima vedere**” nu sunt suficiente – ca în timpul scenei de la tribunal. Atunci când deciziile și opiniile noastre au consecințe grave pentru noi înșine, pentru persoanele apropiate și pentru alții, ar trebui să căutăm dovezi mai fiabile și să le analizăm mai atent.

Explicați-le participanților diferența dintre **dovezile anecdotice** și dovezile de mai bună calitate. Împreună, analizați exemple de argumente folosite de tineri în timpul simulării procesului.

Gândiți-vă la ce probe au fost „ușor de înțeles” și care au necesitat mai multă reflecție. Le-a afectat atractivitatea și credibilitatea? Acesta este un moment bun pentru a prezenta diferența dintre gândirea intuitivă (rapidă) și gândirea analitică (lentă).

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Invitați participanții să rezume întregul proces. Împărțiți pe toată lumea în 3 grupuri. Dați fiecărui grup coli mari de hârtie și markere și atribuiți-i o întrebare/ problemă. Rugați grupul să noteze în partea de sus a foii de hârtie. Acordați fiecărui grup 10 minute pentru a enumera toate ideile ca răspuns la întrebare/problemă. Când timpul a expirat, rugați reprezentantul sau reprezentanții fiecărui grup să prezinte răspunsurile.

Întrebări/subiecte pentru lucrul în grup:

1. Ce dovezi ar trebui să luăm în considerare atunci când trebuie să luăm o decizie cu privire la veridicitatea unei anumite situații?
2. Ce ne poate împiedica să decidem dacă o anumită situație este adevărată/datele sunt de încredere?
3. Ce ne poate ajuta să luăm o decizie dacă o anumită situație este adevărată/datele sunt de încredere?

Puneți următoarele întrebări tuturor participanților: **Ce situații similare cu acestea au avut loc în lumea reală? Cunoașteți astfel de situații din lumea influencer-ilor sau YouTuber-ilor?**

O situație care a avut loc în realitate se referă la o situație pusă la cale de un YouTuber polonez numit "ojwojtek". Aceasta arată că anumiți influenceri sunt dispuși să facă publicitate pentru escrocherii chiar și atunci când sunt conștienți de acestea. Link către poveste: https://youtu.be/nwB7g0wFH_c

NOTĂ! Videoclipul conține limbaj explicit. Vă sfătuim să nu redați videoclipul atunci când desfășurați această activitate cu participanții. Cu toate acestea, bănuim că tinerii vor fi la curent cu această poveste.

Puteți folosi acest exemplu:

“În România, mai mulți influenceri au fost păcăliți să promoveze un produs inexistent.”

[Link aici](#)

sau despre scandalul Plush Bio unde până la urmă instanța a clasat cazul.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia “micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- intrarea în rol, interpretarea realistă a personajului de către participanții la „Simularea procesului”,
- implicarea în crearea de argumente în cadrul „Simulării procesului”,
- respectarea timpului alocat pentru luări de cuvânt, utilizarea acestui timp,
- implicarea în rezumatul activității,
- implicarea în munca de grup, cooperarea în cadrul grupului,
- prezentarea activității grupului în fața tuturor, dând dovadă de curaj, făcând prezentarea interesantă,
- observarea legăturii dintre povestea din proces și situațiile reale din mediul online.



Felul în care văd lumea



Felul în care văd lumea



Despre prejudecățile cognitive

Nimeni nu este infailibil

Probabil că aveți cunoștințe aprofundate despre multe subiecte. De asemenea, aveți anumite interese, valori și calificări profesionale. Totuși, aveți întotdeauna dreptate în toate privințele? Cu toții facem greșeli, pentru că greșeala este omenească.

În plus, nu avem obligația de a fi calificați în toate domeniile. Unii dintre noi știu cum să îi învețe pe alții, unii dintre noi cunosc fizica cuantică și medicina, în timp ce alții sunt experți în multe probleme diferite care sunt importante pentru societate. Ne împărtășim cunoștințele și le organizăm împreună.

Uneori, însă, intră în scenă **falși experți**. Pot fi persoane care, deși nu au nici expertiză, nici calificări adecvate, vorbesc și îi induc pe alții în eroare. Pot fi, de asemenea, persoane care „doar” repetă știri neverificate pe care le-au auzit sau citit în altă parte. Falșii experți pot contribui la răspândirea dezinformării - în mod deliberat sau inconștient.

Capcanele gândirii

Probabil cunoașteți persoane care cred în știrile false întâlnite pe internet. Nu trebuie să aibă intenții rele - nu este vina lor că au fost induși în eroare. Dar de ce au ajuns să creadă în informații false?

Motivele tipice pentru acest lucru sunt ignoranța și incapacitatea de a verifica informațiile. De asemenea, ar putea fi victima unei escrocherii. Totuși, acestea nu sunt singurele explicații. Se pare că predispozițiile noastre psihologice ar putea fi, de asemenea, de vină.

Creierul nostru nu este obișnuit să trăiască într-o lume în care atât de multe informații sunt disponibile la îndemână (la propriu - din moment ce tot ce trebuie să faci este să atingi ecranul smartphone-ului tău). La fel cum ochii noștri pot cădea uneori în capcana iluziilor optice, din când în când, mintea noastră poate fi păcălită de **impresia că anumite lucruri sunt adevărate**.



În acest modul, veți afla mai multe despre **prejudecățile cognitive** - [mecanismele psihologice](#) din cauza cărora chiar și cei mai raționali oameni pot face greșeli în concluziile lor despre lume. Teoria schemelor este frecvent menționată în [discuții](#) despre căderea în capcana știrilor false, a pseudoștiinței sau a teoriilor conspirației.

Adesea cedăm în mod inconștient în fața unor astfel de scheme. Deși, de obicei, nu reușim să ne observăm propriile prejudecăți cognitive, putem învăța să recunoaștem situațiile în care acestea încep să ne acapareze gândirea. Există mai multe tipuri de prejudecăți cognitive și în acest modul vom trece în revistă doar câteva dintre ele - cele care au cel mai mare impact asupra vulnerabilității noastre la manipulare.



Sinele ca punct de referință

Probabil că vă întrebați de ce creierul nostru, care s-a dezvoltat de-a lungul a mii de ani de evoluție, permite astfel de prejudecăți în gândirea noastră. Adevărul este că creierul uman aplică aceste mecanisme în mod intenționat, deoarece schemele ne permit să luăm decizii atunci când avem acces la informații limitate.

Prejudecățile cognitive pot fi încercări de a minimiza efortul - **creierului nu-i place să facă efort**. Ele pot rezulta, de asemenea, din emoții, cum ar fi furia sau stresul, sau din factori sociali, nevoia de a aparține unui grup sau atașamentul față de identitatea noastră.



Prejudecățile cognitive se bazează pe ceea ce știm deja despre lume. Acestea sunt convingeri subconștiente - **harta noastră mentală privată**, datorită căreia putem explora și învăța despre lume. Cu toate acestea, harta noastră poate conține uneori lacune, fundături sau note scrise în grabă. În anumite situații, înainte de a ne orienta pe deplin, agățându-ne cu orice preț de hartă, ne rătăcim.

Harta noastră de convingeri se formează pe baza a trei afirmații.

1. „Experiența mea este un bun punct de referință”

Atunci când deschideți harta, în centrul acesteia se află un punct marcat cu „Te afli aici”. Acesta este punctul dumneavoastră de referință atunci când doriți să explorați noi regiuni ale cunoașterii. Cu toate acestea, vă întoarceți întotdeauna la ceea ce știți deja. Prejudecățile cognitive ne fac să acceptăm mai greu natura volatilă a lumii.



În interacțiunile zilnice cu oamenii, putem experimenta așa-numitul **efect de aureolă**. Aceasta înseamnă o tendință de a atribui trăsături pozitive altor persoane (și, prin urmare, de a avea încredere în ele) doar pe baza primei impresii.

Dacă un coleg de încredere de la locul de muncă ne-a împărtășit întotdeauna curiozități interesante, va fi normal să concluzionăm că acesta spune de obicei adevărul. Prin urmare, vom fi mai puțin sceptici atunci când aceștia vor distribui știri false pe profilul lor de socializare.

Opusul acestei situații va fi **efectul Golem** - atribuirea unui număr excesiv de trăsături negative unei persoane după prima întâlnire.

Influencerii operează într-un mod similar. Ceea ce aceștia dezvoltă cu adepții lor - inclusiv cu participanții - este o **relație parasocială**, adică o relație în care persoana de dincolo de ecran pare a fi prietenul nostru de încredere. Cunoaștem totul despre influencer - interesele sale, viața de zi cu zi - și, prin urmare, avem încredere în el, chiar dacă nu este o sursă sigură de cunoștințe. Acesta este, de asemenea, locul unde apare riscul dezinformării.

2. „Grupul din care fac parte nu poate greși”

Niciun om nu este o „însulă”. Trăim printre alți oameni - avem familii, prieteni, persoane cu o abordare similară a vieții. Ele sunt prezente și pe harta noastră și ne servesc drept repere. Mulțumită lor, atunci când ne întâlnim cu un subiect despre care știm puține lucruri, ne întrebăm: „Ce cred oamenii ca mine despre asta?”

Mintea noastră poate fi excesiv de atașată de mediul nostru - chiar mai mult decât de adevăr. **Prejudecata în interiorul grupului** ne poate determina să acceptăm și să apărăm necondiționat convingerile persoanelor din grupul din care facem parte.



„Sunteți ori cu noi, ori împotriva noastră”

În același timp, avem tendința de a fi mai puțin încrezători în persoanele pe care nu le cunoaștem. Acest lucru nu este surprinzător - la urma urmei, nu putem fi siguri de intențiile lor. Prejudiciul menționat mai sus poate fi însoțit de un altul - **efectul de omogenitate a grupului din exterior**.



Aceasta înseamnă o tendință de a crede că membrii unui grup din care nu facem parte sunt mai asemănători între ei decât sunt în realitate. Astfel de indivizi devin omogeni și ușor de judecat în ochii noștri.

O astfel de divizare „în grup”, în care avem încredere, și „în afara grupului” alimentează **polarizarea** - un proces prin care societatea este împărțită în două tabere care sunt profund convinse că au dreptate și care se îndepărtează tot mai mult în ceea ce privește alegerile, opiniile și viziunea lor asupra lumii.

Adevărat sau doar popular?

Imaginați-vă că faceți cumpărături online pentru un nou joc de societate pentru instituția dumneavoastră. Ați fi mai dispus să aveți încredere într-un site web pe care jocul a primit o mulțime de recenzii din partea altor educatori sau într-un site web care nu conține astfel de recenzii? Prima, desigur. O opțiune și mai bună ar fi să cereți o părere de la cineva pe care îl cunoașteți. În mod obișnuit, este puțin probabil să cumpărați ceva dacă nu vi-l recomandă cineva apropiat.

La fel se întâmplă și cu convingerile și informațiile despre lume, politică și sănătate. **Avem o preferință pentru punctele de vedere ale persoanelor pe care le cunoaștem** și cu cât mai mulți oameni susțin o anumită poziție, cu atât mai rațională ne pare aceasta.



Cu toate acestea, nu este întotdeauna adevărat. Atunci când nu avem o opinie pe un anumit subiect, suntem dispuși să urmăm ceea ce crede majoritatea grupului nostru din cauza unui fenomen cunoscut sub numele de **dovadă socială**. Astfel, mintea noastră alege popularitatea unei anumite teze drept criteriu al adevărului în locul credibilității acesteia.

3. „Am aproape întotdeauna dreptate”

Cine îți atrage atenția prima dată când vezi o fotografie de grup de la o petrecere sau de la o întâlnire cu prietenii? Aproape sigur că este vorba despre tine. Acest lucru este perfect normal - la urma urmei, ești cea mai importantă persoană din viața ta. Modul în care arată ceilalți în imagine este de importanță secundară. Mintea noastră adoptă o abordare similară atunci când folosește harta menționată mai sus. O preferă întotdeauna pe a sa în locul altora, deoarece nu poate ști ce au scris alții pe aceasta.

Persoanele cu opinii politice specifice au adesea tendința reflexă de a consulta reviste sau site-uri de știri care sunt în concordanță cu convingerile lor și acordă mai puțină atenție conținutului site-urilor care reprezintă o viziune diferită. Atunci când credem deja ceva, căutăm în mod natural mai multe dovezi care să confirme acest lucru. Această prejudecată ne poate determina să suprainterpretăm anumite evenimente, astfel încât acestea să se alinieze cu viziunile și valorile noastre.

Toate prejudecățile cognitive discutate mai sus funcționează în conjuncție cu **pata oarbă a prejudecăților**, din cauza căruia presupunem că ceilalți sunt mai naivi decât noi și credem că nu suntem noi înșine pradă prejudecăților cognitive.



Ce ureche folosiți?

Erorile în modul în care interpretăm lumea sunt cauzate nu numai de mecanismele descrise mai sus, ci și de modul în care îi ascultăm pe ceilalți. Uneori, modul în care interpretăm cuvintele lor diferă de ceea ce au încercat să spună. În contextul psihoeducației, Friedmann S. von Thun a propus un [concept](#) cunoscut sub numele de „**modelul celor patru urechi**”. Comunicarea verbală are loc pe patru niveluri: factual, de auto-dezvăluire, de relaționare și de apelare.

În funcție de atitudinea noastră față de interlocutor sau față de subiect, mesajele pot ajunge la noi prin diferite „urechi” metaforice: urechea factuală (suntem atenți la informațiile conținute în mesaj), urechea de auto-dezvăluire (observăm ce se întâmplă cu interlocutorul), urechea relațională (ne concentrăm pe atitudinea noastră față de interlocutor) și urechea de apel (încercăm să ghicim dorințele interlocutorului).

Ar fi o greșeală să spunem că doar una dintre aceste abordări de procesare a informației este corectă, deoarece fiecare dintre ele ne conduce la concluzii diferite. Prin urmare, a te baza pe informațiile de pe un singur canal poate fi o alegere greșită și poate conduce la probleme de comunicare.

Nu e nimic rău în a recunoaște că greșești

Din păcate, ne agățăm adesea de ideea că interpretarea noastră a mesajului a fost fără cusur. Această atitudine, pe care o adoptăm în mod intuitiv în fiecare zi, se numește realism naiv. Înseamnă că noi credem că lumea este exact așa cum pare a fi și că propriile noastre convingeri sunt adevărate. Țineți cont, totuși, de faptul că adesea ne putem [înșela](#) și că opiniile noastre se pot schimba. Greșelile se întâmplă.

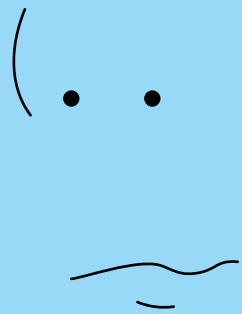
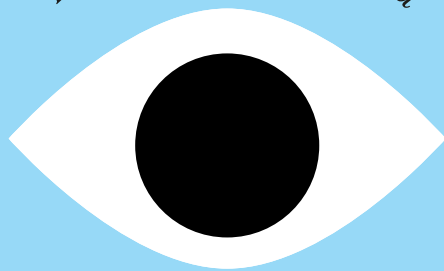


Cineva căruia îi pasă de adevăr este capabil să recunoască o omisiune din partea sa. Nu este nimic în neregulă dacă ochii tăi se lasă păcăliți. Cu toate acestea, este bine să fim conștienți de faptul că suntem predispuși la prejudecăți cognitive care ne fac vulnerabili la impactul dezinformării.

Lectură suplimentară:

- Meyer Ch. *Mental Shortcuts: 5 Ways Heuristic Can Lead to Poor Decision*. The Mind Collection. Available at <https://themindcollection.com/mental-shortcuts-and-misapplied-heuristics/> (accessed 14 March 2024).
- Meilleur C (2020) *Cognitive Bias: When Our Brain Plays Tricks on Us*. Knowledge One, 15 July. Available at <https://knowledgeone.ca/cognitive-bias-when-our-brain-plays-tricks-on-us/> (accessed 14 March 2024).
- Frank N (2023) *Psychology & Reality Construction: Challenges to Naive Realism*. Owlcation, 28 October. Available at <https://owlcation.com/humanities/Psychology-and-the-Construction-of-Reality-Challenges-to-Native-Realism> (accessed 14 March 2024).

The Way I See the World





Scenariul 1

Cu cine sunteți de acord?



60 minute

10-12
13-15

mic/mare

efectul de aureolă /
efectul de „coarne” sau
efectul Golem

Această activitate le va permite participanților:

Obiective

- să verifice la ce acordă atenție mai întâi atunci când interacționează cu o altă persoană,
- să vadă ce se poate face cu privire la prima impresie atunci când interacționăm cu o altă persoană.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- printed pictures with various people. If you cannot print anything, you can cut imagini tipărite cu diverse persoane. Dacă nu puteți tipări nimic, puteți decupa câteva imagini, de exemplu dintr-un ziar (atâta timp cât acestea înfățișează persoane cu aspect diferit) sau puteți prezenta imaginile sub formă de slide,
- foi de hârtie pentru ca fiecare participant să își marcheze răspunsurile (atâtea câte personaje sunt în imagini înmulțite cu numărul participanților),
- descrieri de probleme pe care le veți citi participanților, markere.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care văd lumea. Scenariul 1.](#)

Rezumatul activității:

1. Participanții analizează cine sunt persoanele din imagini și ce fac acestea.
2. Facilitatorul citește mai multe probleme. Împreună, participanții se gândesc la ce ar avea de spus despre ei persoanele din imagini.
3. Facilitatorul citește din nou fiecare dilemă, împreună cu observațiile persoanelor din imagini. Participanții trebuie să ghicească cine a fost autorul unei anumite afirmații.
4. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
5. Participanții scriu exemple de situații din viața lor în care au avut încredere în cineva pe baza primei impresii, atât offline („Viața mea offline”), cât și online („Viața mea online”).

Experiența mea

1. Împrăștiati imaginile cu personaje în fața participanților. Veți găsi mai jos caracterele sugerate.
2. Întrebați-i pe tineri cine cred ei că sunt aceste persoane, ce fac și ce fel de oameni sunt. Vorbiți despre fiecare persoană în parte. Puteți scrie ideile cheie pe tablă sau pe flipchart.
3. Citiți, pe rând, problemele propuse și întrebați participanții ce ar avea de spus, în opinia lor, persoanele individuale din imagini despre ele.
4. Dați fiecărui participant patru foi de hârtie și markere.
5. Rugați-i să își scrie numele pe fiecare foaie de hârtie.
6. Citiți din nou prima dilemă, urmată de afirmațiile făcute de fiecare persoană din imagini. Puteți să scrieți problema pe tablă sau pe flipchart și să plasați răspunsurile anumitor personaje lângă imaginile lor. Astfel, tinerilor le va fi mai ușor să se concentreze și să ia o decizie.
7. Sarcina participanților este de a lua în considerare aceste afirmații și de a plasa foaia de hârtie cu numele lor lângă imaginea persoanei a cărei opinie se aliniază cel mai mult cu a lor.
8. Repetați acest proces de patru ori pentru a vedea cum se prezintă alegerile participanților. Rezumați în câteva fraze (doar fapte, fără opinii). Precizați dacă o anumită persoană a ales întotdeauna părerea unui anumit personaj din imagine sau dacă alegerile sale au variat.
9. Discutați activitatea.



Probleme

Problema 1

Educația obligatorie ar trebui să se încheie la vârsta de 15 ani. După acest moment, tinerii ar trebui să poată alege dacă doresc să continue să învețe sau să meargă la muncă.

Problema 2

Dacă cineva nu vrea să fie îmbrățișat, atins, deranjat sau ciupit, trebuie să respectați acest lucru. Nu trebuie să atingeți niciodată oamenii fără consimțământul lor.

Problema 3

Femeile ar trebui să stea acasă, să aibă grijă de copii și să gătească. A face bani este treaba bărbatului.

Problema 4

Nu este nimic rău în a incinera gunoiul. Este o metodă excelentă de reciclare.

Imagini și declarații ale personajelor

Personajul 1

Simon



Problema 1

Este o idee bună. Munca și competențele sunt importante, deși educația vă poate ajuta să obțineți un loc de muncă mai bun. Poți lucra unde vrei, nu unde ești obligat.

Problema 2

Absolut. Nimeni nu are dreptul să-i deranjeze pe alții. Acest lucru este dăunător.

Problema 3

Femeile sunt cu siguranță mai bune la gătit și la curățenie, dar și bărbații ar trebui să le ajute.

Problema 4

Când se face frig, nu contează ce arzi - atâta timp cât te poți încălzi.

Personajul 2

Alice



Problema 1

Cred că este o idee excelentă! Astfel, fiecare ar putea alege ce este mai bine pentru el și să-și urmeze inima!

Problema 2

Așa este... pe de altă parte, este bine dacă așa te exprimi. Nu mă refer la violență, bineînțeles.

Problema 3

Cred că glumești! Femeile sunt făcute pentru lucruri mai bune!

Problema 4

Este dezgustător! Este împotriva a tot ceea ce știm despre protecția mediului! Oamenii ar trebui să meargă la închisoare pentru așa ceva.



Personajul 3 Matti



Problema 1

Școala este minunată! Poți cunoaște o mulțime de oameni și poți învăța o mulțime de lucruri. Nu-mi pot imagina să nu știu să scriu, să număr sau să nu cunosc istoria propriei mele țări.

Problema 2

Corpul meu este al meu și nimeni nu are dreptul să se atingă de mine dacă eu nu doresc acest lucru.

Problema 3

Nu, este o abordare teribilă. Când ești într-o relație cu cineva, treburile trebuie să se facă cu schimbul. În caz contrar, relația nu va rezista.

Problema 4

Nu, nu trebuie făcut așa ceva. Trebuie să fii un cetățean al lumii informat. Dacă astăzi ardem gunoiul, generațiile viitoare nu vor avea unde să trăiască.

Personajul 4 Deborah



Problema 1

Ar fi rezonabil ca tinerii să facă alegeri bune, dar la această vârstă ar putea ajunge să regrete mai târziu decizia de a părăsi școala.

Problema 2

Este adevărat, dar uneori oamenii o cer pur și simplu. Dacă o fată poartă pantaloni scurți și un top scurt, nu e de mirare că băieții nu se pot abține. Trebuie să ai un pic de imaginație.

Problema 3

Atâta timp cât bărbatul aduce mulți bani în casă, femeia poate face asta. Petrecerea timpului alături de copii este uimitoare. Acesta este rolul nostru.

Problema 4

Bineînțeles. Protecția mediului este doar o prostie. Oricum, fumul dispare în câteva clipe.

Personajul 5 Betty



Problema 1

Una peste alta... Școala poate fi uneori un loc greu de suportat. În acest fel, cei care nu vor să învețe ar face măcar ceva productiv.

Problema 2

Depinde cine ne atinge. Membrii apropiați ai familiei noastre o pot face. Nu-mi pot imagina să nu-mi îmbrățișez și sărut nepotul.

Problema 3

Așa era cândva, în vremurile bune. Femeile moderne au niște idei ciudate.

Problema 4

Depinde ce fel de gunoi. Poți arde hârtie sau mobilă veche. Dar nu și materiale plastice, pentru că miros urât.



Personajul 6

Miriam



Problema 1

A merge la școală este atât o obligație, cât și un privilegiu. Trebuie să profiți de această oportunitate și de acest timp. Nu toată lumea o poate face.

Problema 2

Dacă vrei ca cineva să îți respecte deciziile, trebuie să le respecti și tu pe ale lui.

Problema 3

Nu toate femeile pot face această alegere. Dacă ar fi după ele, nu cred că toate și-ar dori o astfel de viață - deși multe probabil că ar vrea.

Problema 4

Nu aș vrea să trăiesc într-o lume fără aer curat de respirat.

Reflecțiile mele

Puteți utiliza întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

- Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
- Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
- Te-a surprins ceva din această activitate?
- Ce ți-a arătat această activitate?
- De ce ai fost de acord cu opiniile unei anumite persoane?
- A contat în vreun fel modul în care arată această persoană sau felul în care crezi că se comportă? Dacă da, în ce fel? Dacă nu - de ce?

Noile mele cunoștințe

Discutați cu participanții despre ceea ce le atrage atenția atunci când întâlnesc pe cineva. De exemplu: **efectul de aureolă** ne face să vedem pe cineva exclusiv într-o lumină pozitivă, bazându-ne doar pe prima impresie.

Este o prejudecată cognitivă care rezultă din nevoia de a-ți forma rapid o opinie despre cineva pe baza unor informații insuficiente. Nu știm prea multe despre acea persoană, dar am ajuns să îi cunoaștem partea bună, așa că facem o generalizare pozitivă despre ea. Continuăm să ne bazăm pe această impresie inițială și mai târziu, chiar dacă persoana respectivă se dovedește a fi mai puțin demnă de încredere în alte privințe.

Reputația acelei persoane servește drept linie directoare în ceea ce privește credibilitatea acesteia. Dacă cineva pare competent sau arată bine într-o anumită ținută, se prezintă cu profesionalism și este un bun orator, nu contează că nu este medic. Dacă ne spune că ceaiul verde este un bun remediu pentru durerile dentare, există o șansă mare să îl credem.

Efectul Golem este opusul acestui fenomen. Aceasta implică atribuirea unor trăsături

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Invitați participanții să rezume întregul proces. Întrebați: Cum ne afectează încrederea în prima impresie relațiile cu ceilalți?

În continuare, împărțiți tabla sau flipchartul în două părți. Pe o parte, scrieți: „Viața mea offline”, iar pe cealaltă parte - „Viața mea online”.

Rugați participanții să se gândească la ceea ce pot face pentru a evita capcanele efectului de aureolă sau ale efectului Golem atât în viața de zi cu zi, cât și în lumea online. Oricine vine cu o idee ar trebui să scrie exemplul său pe flipchart sau pe tablă, folosind cuvinte cheie.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia “micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- implicarea, participarea activă la activitate,
 - respectarea regulilor și a timpului atunci când o altă persoană vorbea,
 - implicarea în timpul rezumatului activității,
 - oferind propriul exemplu, scriindu-l pe flipchart sau pe tablă.
-



Scenariul 2

Opinia voastră



60 minute

10-12
13-15

mic/mare



dovada socială

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să vadă dacă se ghidează după propriile gânduri sau după convingerile majorității atunci când își exprimă opiniile și iau decizii,
- să afle cum își pot susține propriile opinii.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- plicuri și descrieri,
- două foi de hârtie pe care să scrie „De acord” și „Nu sunt de acord”,
- un flipchart sau o tablă,
- foi mari de flipchart, markere.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care văd lumea. Scenariul 2.](#)

Rezumatul activității

1. Facilitatorul citește câte o descriere pe rând. Sarcina participanților este de a decide dacă „sunt de acord” sau „nu sunt de acord” cu afirmația referitoare la o problemă.
2. Facilitatorul notează cine a ales fiecare poziție și apoi invită participanții să își prezinte argumentele. Dacă cineva a fost influențat de argumentele pe care le aude, își poate schimba poziția. Facilitatorul o marchează lângă numele participantului respectiv.
3. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
4. Participanții lucrează în grupuri la subiectele alocate: Urmarea grupului - Avantaje, Urmarea grupului - Dezavantaje, Rămânerea pe poziție - Avantaje, Rămânerea pe poziție - Dezavantaje.

Experiența mea

1. Înainte de a începe activitatea, ascundeți plicurile cu descrieri în diferite locuri din cameră.
2. Puneți două foi de hârtie pe podea, în părți opuse ale camerei. Una dintre ele trebuie să indice „De acord”, iar cealaltă „Nu sunt de acord”.
3. Desenați următorul tabel pe flipchart sau pe tablă:

	De acord	Nu sunt de acord
Runda 1 (descrierea 1)	(loc pentru numele participanților)	(loc pentru numele participanților)
Runda 2 (descrierea 2)	(loc pentru numele participanților)	(loc pentru numele participanților)
Runda 3 (descrierea 3)	(loc pentru numele participanților)	(loc pentru numele participanților)
Runda 4 (descrierea 4)	(loc pentru numele participanților)	(loc pentru numele participanților)

4. Participanții trebuie să asculte cele patru descrieri pe măsură ce le citiți și apoi să decidă de care parte se vor situa - trebuie să ia atitudine. Precizați că, în etapa de luare a deciziilor, participanții nu trebuie să se consulte între ei cu privire la poziția pe care o vor alege.



Încercați să observați dacă vreunul dintre participanți observă cu atenție deciziile colegilor și ia decizii pe baza acestora. Aceasta poate fi o informație utilă pentru dumneavoastră - mai târziu puteți invita tânărul respectiv să lucreze individual asupra asertivității sale.

5. Sarcina dumneavoastră va fi să scrieți numele participanților care „sunt de acord” și „nu sunt de acord” în fiecare rundă. Atunci când lucrați cu un grup mai mare, puteți folosi post-it-uri. Rugați participanții să își scrie numele pe post-it-uri și să le fixeze în locul potrivit pe tablă sau pe flipchart.
6. După ce toți participanții și-au ales pozițiile într-o anumită rundă, întrebați-i pe cei din fiecare tabără de ce au făcut o anumită alegere. (Care au fost argumentele lor? Ce cred ei despre asta?). După ce participanții din ambele tabere și-au spus părerea, întrebați dacă, după ce a auzit opiniile celorlalți, cineva ar dori să schimbe tabăra. În caz afirmativ, marcați cu o săgeată pe flipchart sau pe tablă schimbarea de opinie a persoanei respective (așa cum se arată în tabelul exemplu).
7. Repetați același proces timp de patru runde.

Însă, înainte de a le citi descrierile, trebuie să le găsiți! Începeți să citiți descrierile în ordinea în care tinerii le descoperă.

DESCRIERI:

Descrierea 1a

Este în ordine ca semenii mei să consume băuturi energizante, în ciuda interdicției. Este grozav, iar băuturile în sine au un gust bun. În plus, o băutură energizantă te ajută să te concentrezi sau să te relaxezi.

Notă: Acest subiect merită discutat dacă - în ciuda interzicerii vânzării băuturilor energizante către minori în România începând cu 2024 - tinerii ajung să aibă în continuare acces la băuturi energizante, de exemplu cu ajutorul prietenilor mai în vârstă. Alternativ, puteți discuta despre descrierea suplimentară (5) despre spectacolele de „freak fight”.

Descrierea 1b

Urmărirea luptelor în timpul Fame MMA sau a „freak fights” este o distracție grozavă. Este o combinație bună între sport și posibilitatea de a cunoaște mai bine oameni

Descrierea 2

Petrecerea timpului liber în fața unui ecran (telefon, calculator sau televizor) mai mult de două ore pe zi are un impact negativ asupra sănătății fizice și mentale.

Descrierea 3

Să fii respectat de colegii tăi este cel mai important lucru în viață. Ar trebui să acționezi într-un mod care să îi facă să te accepte și să te placă.

Descrierea 4

Să trișezi la un examen sau test este mai bine decât să primești o notă proastă. Ceea ce contează este să obții o notă bună, indiferent prin ce mijloace.



Reflecțiile mele

Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ce ai simțit).
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. Te-a surprins ceva din această activitate?
4. Ce ți-a arătat această activitate?

Notă! Scrieți răspunsurile la următoarele întrebări pe flipchart sau pe tablă în trei coloane.

1. Ai luat în considerare ce fac prietenii tăi atunci când ai luat decizia?
2. Ce te-a făcut să rămâi pe poziție?
3. Ce te-a făcut să te răzgândești?

Noile mele cunoștințe

Poate că participanții își amintesc - din sarcina anterioară - că suntem mai înclinați să avem încredere într-o persoană cunoscută, cu o bună reputație, datorită efectului de aureolă. Un mecanism similar funcționează la nivel de grup. Împreună, analizați în ce măsură avem încredere în persoanele apropiate.

Atunci când căutăm o confirmare, persoanele apropiate sunt un excelent punct de referință.

Dacă sunteți fanul unui anumit YouTuber, puteți vorbi despre el cu alte persoane cărora le place. Asta înseamnă că este un creator bun și de încredere. Dacă toți prietenii spun că noul elev este un pic ciudat, trebuie să aibă un motiv întemeiat să creadă asta - așa că și tu îl vei evita. Frații tăi au început să vorbească despre presupusele beneficii pentru sănătate ale vapatului? Nu te-ar minți, nu-i așa?

Acesta este modul în care **dovada socială** vă poate afecta procesul de gândire.

Această prejudecată cognitivă ne face să avem încredere în informațiile, recomandările și încurajările venite de la un număr mare de persoane, în special de la persoanele apropiate. Atunci când nu avem o opinie pe un anumit subiect, preferăm să urmărim majoritatea grupului nostru. Deoarece nu putem verifica noi înșine ceva, avem încredere că alții au făcut acest lucru pentru noi. În loc să luăm în considerare ceea ce este adevărat, alegem ceea ce este popular.

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Invitați participanții să rezume întregul proces. Împărțiți participanții în patru grupuri. Dați fiecărui grup foi de flipchart pregătite în prealabil, cu următoarele subiecte scrise în partea de sus a paginii:

1. Urmarea grupului - Avantaje
2. Urmarea grupului - Dezavantaje
3. Rămânerea pe poziție - Avantaje
4. Rămânerea pe poziție - Dezavantaje

Oferiți grupurilor 4 minute pentru a enumera toate ideile pe un anumit subiect. În continuare, rugați-i să schimbe foile de hârtie, oferindu-le grupului din dreapta lor. Acum, fiecare grup are la dispoziție 3 minute pentru a-și adăuga ideile la subiectul grupului de lângă el. După 3 minute, aceștia trebuie să schimbe din nou foile de hârtie. Repetați procesul până când fiecare grup își primește înapoi foaia de hârtie inițială. Cereți reprezentanților grupurilor să prezinte toate ideile.



Atât urmarea grupului, cât și rămânerea pe poziție prezintă avantaje și dezavantaje. Întrebați-i pe tineri:

- Ce este mai ușor: să rămâi în continuare la propria opinie sau să urmezi grupul?
- Ce aleg să faci online?
- Atunci când folosesc rețelele de socializare, iau propriile decizii sau sunt influențați de opinia colegilor sau de numărul de like-uri? De exemplu, dau like pe fotografiile prietenilor pentru că ei chiar cred că sunt „cool”, sau pentru că majoritatea prietenilor a făcut același lucru?
- Îi urmăresc pe creatori pentru că îi plac cu adevărat și pentru că aceștia creează conținut în conformitate cu valorile lor sau, pentru că prietenii lor îi urmăresc?



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- implicare, participare activă la activitate, curaj în exprimarea propriei opinii,
- respectarea regulilor și a timpului atunci când o altă persoană vorbea,
- implicarea în timpul rezumatului activității,
- implicarea în munca de grup, cooperarea,
- furnizarea de exemple și idei proprii, împărtășindu-le cu ceilalți.



Scenariul 3

Lucruri pe care le avem în comun



60 minute

10-12
13-15

mic/mare

efectul de omogenitate din
afara grupului, care poate fi
întărit de stereotipuri

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să verifice ce trăsături și interese împărtășesc cu ceilalți membri ai grupului lor și ce trăsături și interese le sunt specifice. Astfel, ei vor putea să vadă cât de mult au în comun cu colegii lor și cât de mult diferă de ei.
- să afle care sunt efectele potențiale ale sublinierii diferențelor dintre grupuri,
- să își întărească atitudinea de a fi interesat de cealaltă persoană, fără a o judeca și fără a alege necondiționat o tabără.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi mari de hârtie, foi de flipchart, markere.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care văd lumea. Scenariul 3.](#)

Rezumatul
activității

1. În grupuri, participanții desenează o floare pe o foaie de hârtie. Floarea trebuie să aibă un centru și atâtea petale câte persoane sunt în grup.
2. În centru, aceștia scriu tot ceea ce au în comun, iar pe petale - lucruri care sunt specifice fiecărei persoane în parte. În continuare, fiecare grup își prezintă lucrările.
3. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
4. În cadrul aceluiași grupuri, participanții analizează modalitățile prin care pot folosi ceea ce au în comun, pentru a face ceva împreună.

Experiența
mea

1. Împărțiți participanții în grupuri de 3-5 persoane. Dacă în grupul dumneavoastră sunt până la 5 persoane, nu trebuie să le împărțiți în grupuri mai mici. Încercați să împărțiți participanții astfel încât persoanele care nu se cunosc prea bine sau care nu petrec mult timp împreună să ajungă într-un grup.
2. Dați fiecărui grup o foaie mare de hârtie sau o foaie de flipchart și markere.
3. Cereți fiecărui grup să deseneze o floare de mărimea foi de hârtie. Acesta trebuie să includă un centru (cerc) și atâtea petale câte persoane sunt în grup.
4. Rugați fiecare membru al grupului să își pună numele în interiorul uneia dintre petale (semnătura în colțul petalei).
5. Oferiți membrilor grupului 10 minute pentru a se gândi împreună la ceea ce au în comun și scrieți acest lucru în centrul florii.* Pentru ca un lucru să fie notat în centru, toți membrii grupului trebuie să fie de acord cu el. De exemplu, dacă tuturor le place ciocolata caldă, o pot pune în centrul florii. Dacă măcar o singură persoană nu este de acord pentru că nu-i place ciocolata caldă, nu poate fi notată în centru. Apoi, membrii grupului care iubesc ciocolata caldă o pot include în petalele lor individuale.
6. Rugați grupurile să găsească cât mai multe lucruri pe care membrii lor le au în comun.
7. Apoi, rugați grupurile să prezinte lucruri pe care le au în comun și lucruri care sunt specifice doar membrilor individuali ai grupului.



Categorii sugerate: Lucruri pe care le avem în comun

- sport
- muzică
- culori
- jocuri
- animale de companie
- desene animate și filme
- hobby-uri și interese
- alimente
- obiceiuri, rutine (de exemplu, lucruri pe care le faceți după ce vă treziți, cum ar fi micul dejun)

**Reflecțiile
mele.
Discutarea
activității
cu întrebări
de luat în
considerare**

Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ceea ce ai simțit).
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. Te-a surprins ceva din această activitate?
4. Ce ți-a arătat această activitate?
5. Care sunt gândurile și sentimentele tale atunci când vezi cât de multe ai în comun cu ceilalți?
6. Crezi că membrii altor grupuri au mai multe lucruri în comun între ei decât membrii grupului vostru?
7. Imaginează-ți că invităm persoane dintr-un alt centru comunitar de tineret să ni se alăture. Crezi că vei găsi la fel de multe lucruri în comun cu ei ca în grupul nostru?

**Noile mele
cunoștințe.
Teorie pentru
participanți**

Să ne gândim la modul în care îi tratăm pe ceilalți. Este firesc ca oamenii să formeze grupuri. Împreună, ne simțim mai fericiți și ne este mai ușor să căutăm lucruri pe care le avem în comun. Pe de altă parte, odată ce ne împărțim în grupuri, începem să observăm ce ne deosebește de ceilalți. Efectul psihologic numit **prejudecat de grup** ne încurajează să rămânem cu „ai noștri”.

Stereotipurile joacă un rol important în acest proces. **Stereotipurile** sunt idei sau convingeri simplificate și generalizate despre membrii unui alt grup. Acestea se bazează frecvent pe diferențe culturale, etnice, religioase sau rasiale, pe interese sau pe locul de reședință. Atunci când nu știm prea multe despre celălalt grup, credem că toți cei care fac parte din el sunt la fel. Cunoaștem cel mai bine persoanele din grupul nostru și mai puțin pe cele din alt grup, așa că avem tendința de a inventa propriile noastre povești despre ei. Acest lucru este cauzat de **efectul de omogenitate din exteriorul grupului**.

**Găsirea
conexiunii și
construirea
imunității**

Invitați participanții să rezume întregul proces. Această activitate este o ocazie excelentă pentru ei de a-și dezvolta bunele obiceiuri și o abordare politicoasă față de ceilalți. Gândiți-vă și la ceea ce au în comun grupurile între ele. Poate că unele dintre aspectele „comune” se suprapun în toate? Discutați despre cât de mult am putea câștiga dacă ne concentrăm pe ceea ce avem în comun decât pe ce ne diferențiază. Întrebați-i pe participanți dacă au avut o experiență similară în viața lor - de exemplu, când au presupus ceva despre un alt grup și adevărul s-a dovedit a fi complet diferit.



Sugestie pentru educator

Dacă în grupul dumneavoastră (sau în zona în care locuiți) există persoane de naționalități diferite, aceasta poate fi o bună ocazie de a verifica modul în care reacționează tinerii de care vă ocupați față de acestea: Sunt toleranți? Se uită la lucrurile pe care le au în comun, sau la lucrurile care îi diferențiază? Există stereotipuri?



Întrebați-i pe participanți ce anume face grupurile să nu se mai placă între ele, în opinia lor. Care este impactul stereotipurilor și al efectului de omogenitate din exteriorul grupului?

Folosim adesea stereotipurile pentru a crea o viziune simplificată asupra unei alte persoane. Mai târziu, putem fi plăcut surprinși când aflăm mai multe despre aceasta. Gândiți-vă la ceea ce s-ar putea face pentru a opri astfel de stereotipuri în timpul interacțiunilor de zi cu zi.

Cereți-le participanților să se gândească - în aceleași grupuri în care au lucrat mai devreme - la moduri în care pot folosi ceea ce au în comun pentru a face ceva împreună. În mod ideal, aceștia ar trebui să se concentreze pe găsirea unor activități comune în care să se implice împreună. Cum putem să le folosim pentru a încuraja integrarea, a consolida grupul, a combate stereotipurile și a promova cooperarea? Invitați fiecare grup să își prezinte ideile în fața tuturor. În cele din urmă, încurajați participanții să încerce să pună în practică unele dintre aceste idei în viitorul apropiat.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- implicarea, participarea activă la activitate, identificarea unor interese comune, descoperirea unor experiențe similare,
- respectarea regulilor și a timpului atunci când o altă persoană vorbea,
- implicarea în timpul rezumatului activității,
- implicare și creativitate în elaborarea de activități comune,
- furnizarea de exemple și idei proprii, împărtășindu-le cu ceilalți,
- consolidarea legăturilor în cadrul grupului,
- sprijin reciproc și reacții pozitive în timpul prezentărilor.



Scenariul 4

Ce ureche folosesc?

60-90
minute10-12
13-15

mic/mare

„pata oarbă” a
prejudecăților

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să vadă la ce anume sunt atenți atunci când ascultă diferite mesaje și cum reacționează la informațiile transmise,
- să afle cum își pot îmbunătăți comunicarea cu ceilalți,
- să vadă la ce poate conduce acest lucru în contextul dezinformării.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- o foaie de test tipărită,
- răspunsuri tipărite,
- pixuri,
- un flipchart sau o tablă, un marker.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care văd lumea. Scenariul 4.](#)

Rezumatul
activității

1. Facilitatorul citește mai multe mesaje, iar participanții încearcă să ghicească intenția autorului fiecărui mesaj.
2. Facilitatorul descrie pe scurt modelul de comunicare a mesajelor conform teoriei lui von Thun.
3. Participanții completează testul și apoi verifică ce „ureche” folosesc atunci când ascultă mesaje.
4. Facilitatorul prezintă informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
5. Facilitatorul și participanții se gândesc la întrebări suplimentare care ar putea preveni apariția unui conflict în cadrul unei conversații sau încheierea conversației.

Experiența
mea

În cadrul acestei activități, vă veți ajuta participanții să își găsească „urechea” principală. Astfel, în viitor, ei pot fi atenți la modul în care reacționează în timpul conversațiilor și dacă atribuie intenții suplimentare interlocutorului. Încercăm să le oferim șansa de a compensa o abordare critică față de ei înșiși și față de ceilalți.

Etapa I - mesaje

1. Citiți primul mesaj - o propoziție.
2. Sarcina participanților este de a ghici împreună ce a vrut să obțină persoana care a rostit acel mesaj și în ce situație ar putea apărea acel mesaj.
3. Citiți următoarele 3 mesaje. După fiecare dintre ele, invitați participanții să se gândească la scopul și intenția mesajului, precum și la circumstanțele în care ar fi putut apărea.

Acest exercițiu poate fi efectuat în timpul activităților individuale cu un tânăr.

Mesajul 1: Iarăși ai dat buzna în camera mea fără să bați la ușă.

Mesajul 2: Am uitat din nou manualul de matematică.

Mesajul 3: La ce te uiți?

Mesajul 4: Nu-mi place varza de Bruxelles.



Etapa II – testul

Această activitate se bazează pe o teorie a lui Friedemann Schulz von Thun – un psiholog german specializat în probleme legate de comunicare. Conform acestei teorii, oamenii pot interpreta mesajele pe care le aud la patru niveluri diferite sau prin patru „urechi” diferite.*

1. Începeți prin a le spune participanților (la început foarte general) că oamenii pot interpreta mesajele prin intermediul a patru tipuri de „urechi”. Explicați-le ce tipuri de „urechi” există și spuneți-le că astăzi vor afla care este cea mai puternică „ureche” a lor.



Tipuri de „urechi”:

- **Urechea factuală** – atunci când ascuți prin această „ureche”, ești atent la fapte și detalii. Luați mesajul la propriu, fără subtext, emoții sau sentimente.
- De exemplu: „Știi cât e ceasul?” – Răspunsul dumneavoastră: „Da.” Persoana care a pus întrebarea nu v-a spus că vrea să știe cât este ora.
- **Urechea relațională** – atunci când ascultați prin această „ureche”, vă concentrați asupra emoțiilor, sentimentelor și motivațiilor celeilalte persoane. Puteți încerca să interpretați ce spune mesajul despre relația voastră.
- De exemplu: „Știi cât e ceasul?” – Răspunsul dumneavoastră: „Crezi că întârzii mereu?” Vă concentrați asupra a ceea ce ar putea fi în spatele întrebării.
- **Urechea de autodezvăluire** – atunci când ascultați prin această „ureche”, vă concentrați pe ceea ce spune mesajul despre cealaltă persoană și pe ceea ce simte aceasta. Acest lucru poate avea ca rezultat o suprainterpretare – adăugarea la mesaj a unor elemente care nu există cu adevărat.
- De exemplu: „Știi cât e ceasul?” – Răspunsul dumneavoastră: „Te grăbești? Trebuie să pleci deja?” Te întrebi de ce a pus persoana respectivă această întrebare.
- **Urechea de apel** – atunci când ascuți prin această „ureche”, te concentrezi pe ceea ce așteaptă cealaltă persoană, pe ceea ce este cererea sau intenția sa ascunsă.
- De exemplu: „Știi cât e ceasul?” – Răspunsul dumneavoastră: „Bineînțeles că da! Sunt pe cale să servesc prânzul, trebuie să fiți flămânzi”. Căutați o așteptare ascunsă în mesaj.

2. Dați participanților pixuri și teste pentru a verifica care este „urechea” lor dominantă, adică care este cel mai important lucru atunci când vorbesc cu ceilalți. Notă! Acest test este menit să dezvăluie o anumită tendință, nu adevărul absolut. Se presupune că trebuie să îi facă pe participanți să reflecteze și să analizeze dacă acesta este de fapt cazul. Aceștia nu trebuie să împărtășească rezultatele testului cu restul grupului.
3. Spuneți-le participanților că, în cadrul testului, fiecare dintre ei va putea determina care sunt cele mai importante lucruri pentru ei atunci când vorbesc cu alții.
4. După ce ați terminat testul, arătați participanților răspunsurile. Dacă este necesar, ajutați-i să își dea seama de rezultat.
5. Invitați participanții să rezume această activitate.



Test – Verificați care este „urechea” voastră dominantă.

- După ce intră în camera ta, mama ta spune: „Ce mizerie!” Răspunzi:
 - Este adevărat, camera este dezordonată.
 - Ești supărată din cauza mizeriei?
 - Iar faci scandal pentru nimic!
 - Of... Bine, voi face curat imediat.
- Când îți scoți prânzul la școală, un coleg de clasă îți spune: „Pun pariu că are un milion de calorii!” Răspunzi:
 - Deci crezi că ar putea fi rău pentru mine?
 - Mai exact, 400 de calorii.
 - Crezi că sunt gras/ă?
 - Bine, nu-l voi mânca.
- Ți-ai rugat prietenul să-ți împrumute bicicleta pentru o zi. El spune: „Această bicicletă a fost scumpă” Răspunzi:
 - Voi fi atent.
 - Da, știu, mi-ai mai spus-o și înainte.
 - Știu că această bicicletă este importantă pentru tine.
 - Nu ai încredere în mine?
- În timpul orei, profesorul îți atrage atenția că fata de lângă tine nu are o carte: „Kate nu are manual” Răspunzi:
 - Ar trebui să împart cartea mea cu ea?
 - Kate, stai puțin mai aproape, ca să vezi ce scrie în carte.
 - Aveți dreptate, nu are.
 - Este în regulă, pot să o împart pe a mea cu ea.
- Fratele tău mai mare este supărat și îți spune: „Turnătorii sunt niște ratați” Răspunzi:
 - Bine, data viitoare nu-i voi spune nimic mamei.
 - Nu te supăra pe mine, m-am speriat doar.
 - Întotdeauna m-ai detestat!
 - Depinde de situație.
- Ți-ai rugat prietenul sau prietena să te ajute să cumperi o ținută pentru o petrecere. Acesta/aceasta întreabă: „Cât timp va dura?” Răspunzi:
 - O oră, cel mult.
 - Ești obosit/ă?
 - Nu-ți place să-ți petreci timpul cu mine?
 - Este ultima oară, jur!
- Un prieten îți spune: „Chiar vreau să merg la film”. Răspunzi:
 - Bine, am bani, pot să-ți împrumut.
 - Du-te, atunci.
 - Ai nevoie să te relaxezi?
 - Nu pot merge, sunt pedepsit/ă.
- La trecerea de pietoni, prietenul tău spune: „Așteptăm ca semaforul să devină verde?” Răspunzi:
 - Da. Nu poți traversa pe culoarea roșie a semaforului.
 - Bine, hai să mergem, nu văd nicio mașină acum.
 - Deci nu-ți place să aștepti?
 - Da - pentru că îmi pasă de siguranța noastră.



9. Bunica ta îți spune: „Sunt prea obosită ca să mai fac ceva...”. Răspunzi:
- Arăți extenuată. Ai dormit bine?
 - Îți fac un ceai fierbinte.
 - O să vin din nou mâine ca să putem vorbi.
 - Nu ești prea obosită ca să vorbești.
10. Îl ajuți pe tatăl tău să repare mașina ținând o lanternă lângă motor. Tatăl tău spune: „O ții pentru mine sau pentru tine?” Răspunzi:
- Pentru tine.
 - Nu vezi bine?
 - Întotdeauna te plângi de ceva.
 - Este mai bine așa?

Răspunsuri

Notați răspunsurile pe tablă. Numărați „urechile” pentru a le descoperi pe cele dominante.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	F	S	A	S	A	F	A	F	S	F
b	S	F	F	A	S	S	F	A	A	S
c	R	R	S	F	R	R	S	S	R	R
d	A	A	R	R	F	A	R	R	F	A

F—urechea factuală

A—urechea de apel

S—ureche de autodezvăluire

R—urechea relațională

Reflecțiile mele

Puteți utiliza întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

- Cum te-ai simțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ce ai simțit).
- Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
- Ești de acord cu rezultatul testului?
- Care situații din viața ta confirmă rezultatul și care îl contrazic?

Noile mele cunoștințe

Comunicarea verbală și scrisă nu este perfectă. Neînțelegerile sunt frecvente în conversații, în timpul discuțiilor online sau în mesajele text. Atunci când ascultăm, putem interpreta greșit cuvintele cuiva, pentru că nu înțelegem intențiile acestuia. Urechea noastră poate fi sensibilă la un anumit tip de receptare a mesajelor: apel, informație factuală, accent pe relaționare și autodezvăluire. Ne va fi mai ușor să ne înțelegem pe noi înșine atunci când vom observa cum funcționează „urechile” noastre.

De obicei, oamenii nu reușesc să-și vadă greșelile și ignoranța și refuză să le recunoască, însă le este ușor să observe greșelile altora. La fel se întâmplă și când vine vorba despre descifrarea intențiilor și obiectivelor altor persoane. Atunci când

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Participantii cunosc deja rezultatul testului. Împărțiți-i în grupuri, în funcție de „urechea” pe care o folosesc cel mai des. Reveniți la mesajele din prima etapă a activității și atribuiți câte un mesaj fiecărui grup.

Invitați participanții să se gândească și să noteze - în grupuri - întrebări suplimentare care pot fi adresate pentru a deschide o conversație în loc să reacționeze automat, ceea ce poate duce la un conflict sau la închiderea conversației.

Cereți fiecărui grup să își prezinte sugestiile. Dacă este necesar, propuneți modul în care pot fi ajustate întrebările.



Atunci când ascultăm cu o singură „ureche”, nu ne lăsăm timp să luăm în considerare diferitele perspective. Putem trece cu vederea o mulțime de lucruri. Atunci când nu cunoaștem fapte importante, putem cădea în capcana dezinformării sau a conflictului între colegi. Atunci când ceva nu este clar pentru noi, nu trebuie să tragem imediat concluzii pripite. Poate că „ascultând cu o altă ureche” se poate clarifica problema?

Din acest motiv, sugerați-le participanților să se intereseze, să pună întrebări deschise și să lase atât pentru sine, cât și pentru celelalte persoane, timp pentru a înțelege ceea ce au auzit.

Precizați că testul la care au fost supuși participanții dumneavoastră arată doar o anumită tendință. Oricine poate asculta cu mai mult de o „ureche”. Este important de menționat că nu există o „ureche perfectă”.

Împreună, gândiți-vă la ce anume trebuie să fiți atenți, având în vedere că aveți această tendință și ce puteți face pentru a „trece” la alte urechi.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți încurajări participanților. La finalul acestui proces, trimiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea reprezenta o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- implicarea, participarea activă la activitate;
- respectarea regulilor și a timpului atunci când o altă persoană vorbește;
- implicarea în timpul rezumatului activității;
- propunând o întrebare suplimentară.



Felul în care reacționez



Felul în care reacționez

Cum ne influențează rețelele de socializare starea de bine și sănătatea mintală



Rețelele de socializare și starea de bine

Fiecare dintre noi se confruntă cu multe situații diferite, atât în viața personală, cât și în cea socială. Interacțiunile noastre cu ceilalți creează experiențe – uneori bune, alteori rele. Rețineți faptul că starea de bine este legată nu numai de ceea ce simțim despre noi înșine, ci și de sentimentul de apartenență și de acceptare în mediul nostru. Rețelele de socializare au un impact semnificativ asupra modului în care ceilalți ne văd, astfel încât rolul pe care acestea le joacă în societate nu poate fi trecut cu vederea atunci când discutăm despre starea de bine a tinerilor.

În mediul social – din care fac parte și rețelele de socializare – copiii, tinerii și adulții au parte de interacțiuni atât pozitive, cât și negative. Pe de-o parte, Internetul este un loc în care poți „întâlni” o mulțime de oameni, te poți prezenta altora și poți trăi multe evenimente plăcute. Pe de altă parte, lumea rețelilor de socializare ne expune unei judecăți constante și stresului rezultat din acest lucru. Oare va aprecia cineva postarea mea? Câți vor fi de acord cu felul în care arăt? Oare prietenilor mei le va plăcea ultima mea fotografie, sau va fi judecată? Întrebările de acest gen au un impact semnificativ asupra modului în care ne simțim, nu numai în relațiile cu alte persoane, ci și cu noi înșine. După cum putem observa, mediul online ne afectează și stima de sine.

Cum ne afectează rețelele de socializare?

Cercetările efectuate de Bleas (2014) indică faptul că utilizarea frecventă a Facebook-ului contribuie la scăderea stimei de sine și la stările emoționale care însoțesc o ușoară formă a depresiei. Acest lucru se explică, de obicei, prin discrepanța dintre momentele frumoase immortalizate pe rețeaua de socializare și viața de zi cu zi, unde un fel de mâncare nu este întotdeauna o operă de artă, nu orice apus de soare este o experiență existențială profundă și nu orice weekend poate fi petrecut pe o cămilă, lângă piramidele egiptene.

Pe de altă parte, utilizarea prea frecventă a Instagram-ului poate conduce la o imagine distorsionată pe care o proiectăm asupra corpului nostru. Această corelație este frecventă în rândul femeilor care au o stimă de sine scăzută (Fardouly, Vartanian, 2016). Cercetările efectuate de Barry et al. (2019) sugerează, de asemenea, că o mare parte dintre utilizatori nu pot rezista în fața tentației de a ajusta realitatea, prin aplicarea filtrelor de culoare pe fotografiile de pe Instagram.

Această rețea de socializare va favoriza, de asemenea, o prezentare de sine nerealistă. Pe Instagram, poate fi ușor de crezut că singurul aspect acceptabil din punct de vedere social este o siluetă subțire, athletică și o față precum cea a unei celebrități de la Hollywood. Deși doar un procent mic de oameni îndeplinesc aceste standarde, adolescenții ar putea considera că acesta este standardul normal. Acest efect va fi accentuat de cantitatea de conținut distribuit în mediul online și de aprobarea socială copleșitoare, sub forma a sute, uneori mii de „inimioare” sau „like-uri” la imaginile postate. Discrepanțele dintre înfățișarea ideală creată de rețelele de socializare și felul în care arată oamenii în realitate pot da naștere unor emoții negative, cum ar fi tristețea, frustrarea sau durerea, și, prin urmare, au un impact negativ asupra stării noastre de bine.



Stresul informațional

Pe lângă faptul că ne afectează stima de sine și calitatea interacțiunilor cu ceilalți, Internetul poate avea un impact și asupra nivelului de stres, ceea ce reprezintă un alt factor semnificativ în ceea ce privește starea noastră de bine. Cantitatea de informații la care suntem expuși online devine din ce în ce mai apăsătoare. Din ce în ce mai mulți oameni sunt extenuați de această supraîncărcare de informații. După cum a subliniat Maria Ledzińska, „o singură ediție săptămânală a cotidianului New York Times conține mai multe informații decât ar putea citi un cetățean englez obișnuit, din secolul al XVII-lea, într-o viață întreagă” (Ledzińska, 2009, p. 29).

Se pare că, din punctul de vedere al evoluției, nu suntem adaptați pentru a „metaboliza” informația în acest mod. Creierul nostru are o eficiență neuronală limitată (Levinson, 1999). Accesul la informații nelimitate are consecințe atât cognitive, cât și emoționale. Stresul informațional este un fenomen din ce în ce mai frecvent menționat, care se manifestă sub forma unui stres psihologic, cauzat de expunerea la cantități uriașe de informații imposibil (sau foarte greu) de asimilat din punct de vedere cognitiv (Ledzińska, 2009).

Sentimentul de supraîncărcare cu informații crește, de obicei, ca urmare a activităților multitasking, în timpul utilizării mijloacelor digitale. Luăm telefonul și observăm, citim sau comentăm realitatea digitală în mod ocazional, în timp ce facem alte lucruri. Adesea ne uităm la televizor sau jucăm jocuri video cu telefonul în mână. Acest lucru ne face să fim extrem de distrași, mai ales dacă ne ocupăm de activități solicitante. Atunci când citim ultimele știri pe telefon, putem să nu observăm ce se întâmplă în jurul nostru. Acest lucru ne poate perturba capacitatea de a ne concentra asupra propriilor noastre nevoi și asupra nevoilor altor persoane. Este destul de dificil să fii în același timp online și să participi în mod activ și deliberat la interacțiuni directe.

Multitasking-ul nu va fi o problemă atunci când una dintre activitățile pe care le desfășurăm este automată, repetitivă și simplă. Vizionarea unui film în timp ce călcăm sau ascultarea radioului în timp ce conducem o mașină (pentru șoferii experimentați) nu va reprezenta o problemă majoră pentru capacitatea noastră de concentrare. Acest lucru devine o problemă doar atunci când avem de-a face cu sarcini care nu sunt automate pentru noi. Unui șofer care abia învață să conducă o mașină i se va părea dificil să o controleze și să converseze sau să asculte radioul, în același timp. O persoană care se uită la televizor și răspunde în același timp la un mesaj text va folosi mai multă atenție pentru a îndeplini aceste două sarcini simultan, deoarece, în astfel de situații, cantitatea de informații care ajunge la noi este considerabil crescută (Spitzer, 2013).

Cercetările arată că multitasking-ul este adesea foarte plăcut. Acesta creează un sentiment de autonomie și îi face pe oameni să simtă că trăiesc intens mai multe situații. Din păcate, se pare că astfel de activități sunt adesea superficiale și limitate (Carr, 2013). Ne amintim puține dintre aceste activități și le realizăm într-un mod mult mai ineficient decât am face-o dacă le-am realiza separat, una după alta. Sentimentul că ne aflăm în mai multe locuri în același timp poate crește nivelul de stres, ceea ce poate avea un impact negativ asupra stării noastre de bine.

Aveți grijă de starea voastră de bine

Rețelele de socializare sunt un element de bază al vieții noastre. Cantitatea de informații disponibile acolo și necesitatea de a reacționa rapid ne limitează (împiedică) atenția față de noi înșine și face mai dificilă concentrarea asupra propriilor sentimente, gânduri și nevoi. Cu alte cuvinte, atunci când ne uităm la videoclipuri sau navigăm printre postări fără să ne dăm seama, este dificil să ne oprim și să ne gândim dacă ceea ce facem este bun pentru noi.

În același timp, baza pentru cultivarea stării de bine este capacitatea de a ne opri și de a fi atenți. Reflecția asupra a ceea ce ne dorim și a ceea ce simțim poate fi cea mai bună metodă de a face față supraîncărcării informaționale. Este important să învățăm



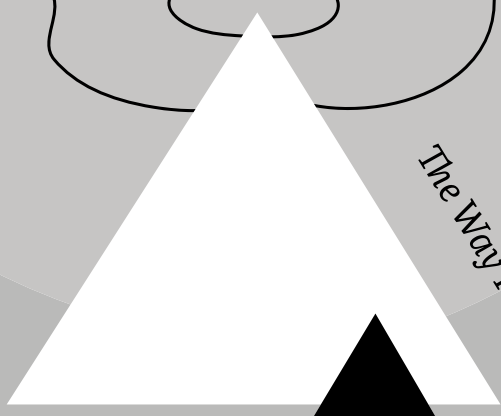
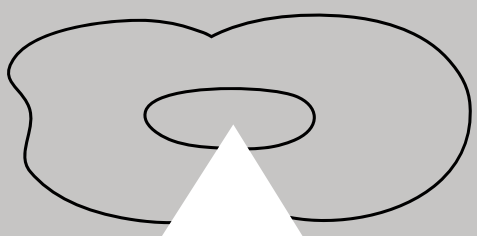
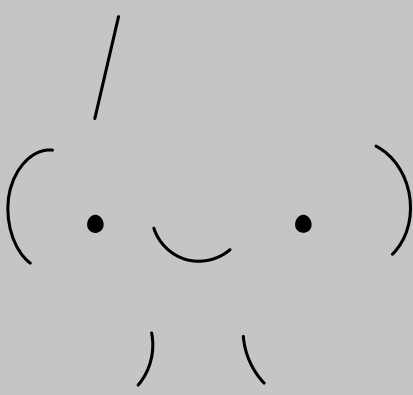
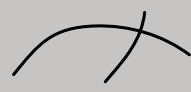
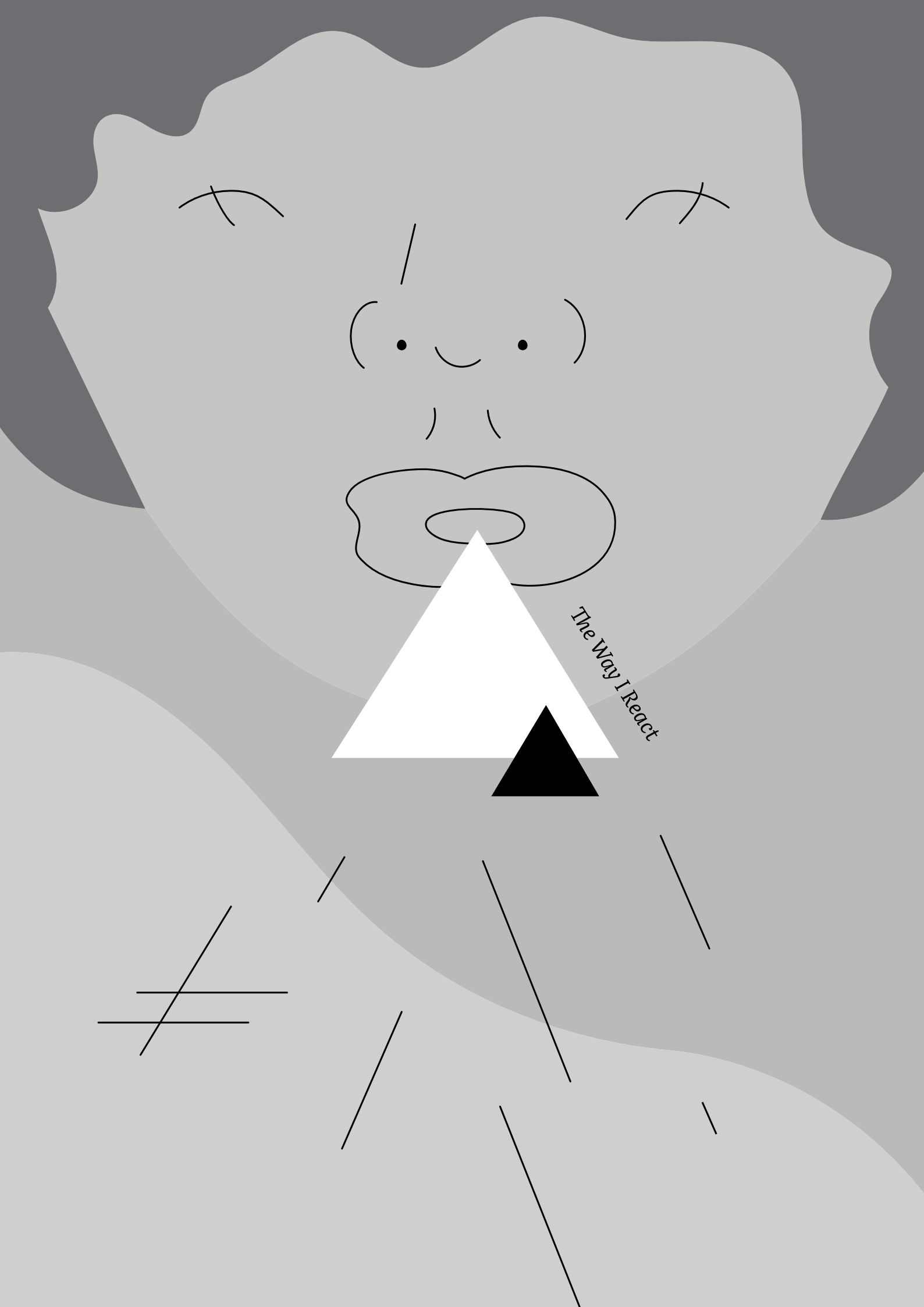
să spunem „STOP” – să ne oprim pentru o clipă pentru a verifica modul în care acțiunile noastre afectează ceea ce simțim. Această capacitate de a lua o scurtă pauză de la ceea ce facem și de a reflecta asupra propriilor noastre emoții și experiențe este primul pas către a avea grijă de starea noastră de bine.

Ceea ce numim „sănătate mintală” nu reprezintă altceva decât capacitatea de a ne concentra asupra unei părți a experienței noastre, de a rămâne „aici și acum”. Dacă vrem să ne asigurăm starea de bine, ar trebui să ne luăm un moment pentru a ne concentra asupra emoțiilor pe care le trăim. Țineți cont de faptul că ele pot fi cel mai mare aliat al nostru, deoarece ne arată dacă ceea ce trăim este bun sau rău pentru noi – dacă este benefic sau nu. Dacă simțim anxietate, stres sau presiune într-un anumit moment, înseamnă că situația în care ne aflăm nu este una bună.

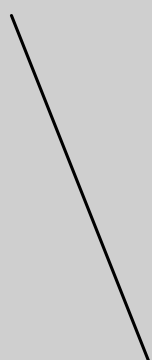
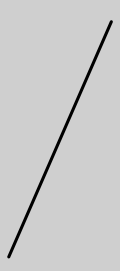
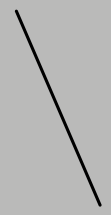
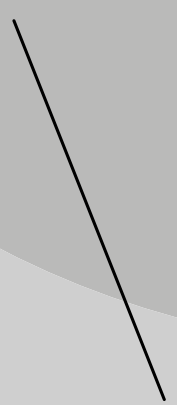
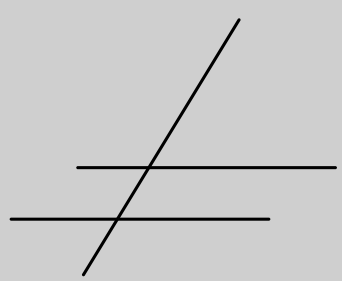
În acest caz, este mai bine să facem ceva care să ne ajute să avem grijă de noi înșine. Unul dintre aceste lucruri poate fi limitarea utilizării rețelelor de socializare (dacă simțim că acestea au un efect negativ asupra stimei de sine) sau decizia de a face o schimbare în viața noastră (de exemplu, să începem să facem sport, să mâncăm mai sănătos etc.). Țineți cont de faptul că starea noastră de bine depinde nu numai de noi înșine, ci și de faptul că trăim într-un mediu favorabil. De aceea, o parte importantă din grija pentru starea noastră de bine este construirea relațiilor cu oameni care nu ne judecă și care ne doresc binele.

Referințe:

- Aboujaoude E (2011) *Virtually You: The Dangerous Powers of the E-Personality*. W. W. Norton & Company.
- Baron-Cohen S (2011) *The Science of Evil: On Empathy and the Origins of Cruelty*. Basic Books.
- Barry Ch, Reiter SR, Anderson AC, Schoessler ML and Sidoti Ch (2017) “Let me take another selfie”: Further examination of the relation between narcissism, self-perception, and instagram posts. *Psychology of Popular Media Culture* 8(1).
- Blease CR (2015) Too many ‘friends’, too few ‘likes’? Evolutionary psychology and ‘Facebook depression’. *Review of General Psychology* 19(1), p. 1-13.
- Carr NG (2011) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company.
- Fardouly J and Vartanian LR (2016) Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology* 9, p. 1-5.
- Flores A and James C (2013) Morality and ethics behind the screen: Young people’s perspectives on digital life. *New Media & Society* 15(6), p. 834-852.
- Flores SE (2014) *Facehooked: How Facebook Affects Our Emotions, Relationships, and Lives*. Reputation Books.
- Gardner H and Davis K (2013) *The app generation: How today’s youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. Yale University Press.
- Higgins ET (1987) Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological review* 94(3), p. 319.
- Ledzińska M (2002) Stres informacyjny jako zagrożenie dla rozwoju [Information Stress as a Threat for Development]. *Rocznik Psychologiczny* vol. 5, p. 77-97.
- Ledzińska M (2009) Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego [Modern-Day Human in the Face of Information Stress]. Warsaw: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- MA X-H and LEI L (2010) Adolescents’ internet morality and deviant behavior online. *Acta Psychologica Sinica* 42(10), p. 988.
- Orliński W (2013) *Internet. Czas się bać* [The Internet. Time to Panic]. Warsaw: Agora.
- We Are Social (2021) Digital, Social & Mobile Worldwide in 2021 report. Available at <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> (accessed 14 March 2024).



The Way I React





Scenariul 1

Filtre



45 minute



13-15



mic/mare



filtre

Obiective

Această activitate vă va permite:

- să creați o oportunitate de auto-reflecție asupra metodelor de dezvoltare a imaginii de sine online.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi de hârtie cu outline of a head?; post-it-uri;
- markere, creioane colorate; alte materiale de desen (opțional);
- o tablă neagră, o tablă albă sau un perete.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care reacționez. Scenariul 1.](#)

Rezumatul activității

1. În perechi, participanții creează - folosind materiale artistice - un „filtru” pentru rețelele de socializare pe baza unei descrieri atribuite aleatoriu.
2. În fața grupului, ei descriu cum au creat „filtrul” și care este scopul acestuia, conform descrierii.
3. În timpul discuției, prezentați informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
4. Pe post-it-uri, participanții scriu exemple de alte situații în care înfrumusețează realitatea pentru a arăta mai bine în ochii celorlalți. În continuare, ei decid împreună dacă inducerea în eroare a altora într-o anumită situație va avea consecințe mai degrabă pozitive sau negative.

Experiența mea

Cereți-le participanților să formeze perechi.

1. Fiecare pereche primește o foaie de hârtie cu schița capului unei persoane.
2. Sarcina este de a crea - folosind creioane colorate, markere și alte materiale artistice - un „filtru” datorită căruia o persoană fictivă va putea să-și atingă obiectivul în ceea ce privește imaginea sa pe rețelele de socializare.
3. Perechile extrag la întâmplare câte un obiectiv dintr-un săculeț. În grupurile mai mari, mai multe perechi pot lucra la același obiectiv.
4. Participanții au la dispoziție aproximativ 10 minute pentru a crea „filtrele”.

Dacă activitatea este organizată ca parte a unei lecții de artă, puteți face un pas mai departe și puteți sugera alte tehnici în locul desenului - de exemplu, fotografia digitală cu ajutorul accesoriilor. Nu este nevoie de echipament profesional - un smartphone este suficient.

Exemple de obiective:

Obiectivul 1

Visul meu este să devin stilist și make-up artist profesionist în viitor. Aș dori să-mi public look-urile de machiaj pe profilul meu, dar înainte de a căpăta suficientă experiență, intenționez să folosesc filtre pentru a-mi sublinia personalitatea artistică.

**Obiectivul 2**

Am o mulțime de nesiguranțe legate de aspectul meu. De aceea, folosesc filtre de slăbire și de înfrumusețare atunci când îmi public videoclipurile pe rețelele de socializare. Astfel, mă pot concentra pe împărtășirea intereselor mele fără să mă îngrijorez constant dacă arăt suficient de bine.

Obiectivul 3

Nu primesc bani de buzunar, așa că nu-mi pot permite un nou luciu de buze sau rimel. Aș putea face o sută de selfie-uri, dar niciunul nu va fi suficient de bun pentru a fi publicat pe profilul meu. Mulțumită filtrelor, pot obține un rezultat bun fără a cheltui absolut nimic.

Obiectivul 4

Toți băieții din echipa mea încep să aibă un aspect fizic din ce în ce mai masculin, dar eu încă arăt ca un copil. Am o față de bebeluș, cu zero barbă. Vara aceasta, am decis să experimentez cu filtre pentru a arăta mai serios și a mă simți un pic mai bine în pielea mea.

Obiectivul 5

Intimitatea este foarte importantă pentru mine. Încerc să mă asigur că fotografiile mele nu sunt difuzate online. De aceea, atunci când scriu despre cărți pe Instagram, folosesc filtre care îmi înlocuiesc fața cu un avatar, cum ar fi o pisică sau un câine. Așa îmi păstrez anonimatul.

Reflecțiile mele

Cereți-le participanților să descrie, în fața grupului, cum au creat „filtrul” și care este scopul acestuia, conform descrierii.

Reflecțați împreună asupra răspunsurilor la următoarele întrebări:

- De ce decid utilizatorii rețelelor de socializare să aplice filtre?
- Când este acceptabilă folosirea filtrelor pentru a-ți schimba aspectul și când nu?
- Cum te-ai simți dacă s-ar dovedi că persoana pe care o urmărești de mult timp arată altfel în realitate decât pe rețelele de socializare?
- Folosiți și voi filtre? Pentru ce anume?

Noile mele cunoștințe

Potrivit cercetărilor, utilizarea prea frecventă a Instagram-ului poate duce la o imagine corporală distorsionată. Această corelație este cea mai puternică în rândul femeilor caracterizate de o stimă de sine scăzută (Fardouly, Vartanian, 2016). Cercetările efectuate de Barry et al. (2019) sugerează, de asemenea, că îmbunătățirea realității prin aplicarea filtrelor de culoare pe fotografiile de pe Instagram este ceva la care mulți dintre utilizatori nu pot rezista.

Activitatea pe acest site de socializare favorizează o prezentare de sine nerealistă. Pe Instagram, poate fi ușor de crezut că singurul aspect acceptabil din punct de vedere social este o siluetă subțire, athletică și o față precum cea a unei celebrități de la Hollywood. Deși mai puțin de 1% dintre persoanele din întreaga lume îndeplinesc aceste standarde, adolescenții ar putea considera aceasta ca fiind normal.

Efectul este amplificat de cantitatea de conținut partajat online și de aprobarea socială copleșitoare sub forma a sute, uneori mii de „inimioare” sau „like-uri” la imaginile postate. Emoțiile care apar ca răspuns la ceea ce vedem pe site-urile de socializare ne pot face să ne simțim bine sau rău. Putem atinge starea de bine, dar putem fi supuși și unui stres intens.



Găsirea conexiunii și construirea imunității

1. Rugați participanții să noteze pe post-it-uri - individual și anonim - exemple de alte situații (în afara rețelelor de socializare) în care uneori înfrumusețează realitatea pentru a arăta mai bine în ochii altora. Un post-it ar trebui să conțină doar o singură situație, dar participanții pot scrie mai multe situații pe mai multe post-it-uri.
2. În continuare, rugați participanții să își atașeze post-it-urile pe tablă sau pe perete.
3. Apoi, citiți o situație scrisă pe un post-it selectat.
4. Rugați-i pe tineri să se gândească, împreună, dacă inducerea în eroare a altora într-o anumită situație va avea mai degrabă consecințe pozitive sau negative pentru o anumită persoană. Mutați post-it-ul în locul potrivit pe o planșă împărțită în două jumătăți: „pozitiv” sau „negativ”. În cazul în care opiniile din grup sunt împărțite, puneți post-it-ul între cele două coloane.
5. Faceți același lucru cu celelalte post-it-uri.
6. La sfârșitul activității, întrebați:
 - Care pot fi consecințele negative ale îmbunătățirii imaginii tale cu filtre pe rețelele de socializare?
 - Vor fi acestea similare sau diferite de consecințele negative ale situațiilor descrise pe post-it-uri?
 - În opinia participanților, ce anume face ca utilizarea filtrelor pe rețelele de socializare să fie atât de populară și ce ar trebui să se schimbe pentru ca utilizatorii să decidă mai rar să își retușeze aspectul în acest mod?
7. Scrieți concluziile pe o foaie mare de hârtie.



Scenariul 2

Haosul informațional

40-60
minute

10-12



mic/mare

stres informațional,
starea de bine

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să experimenteze ce anume este stresul informațional,
- să afle cum să reducă acest stres și să-și îmbunătățească concentrarea.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- versiunea online: smartphone-uri cu acces la internet (cel puțin unul per grup) sau un PC care poate reda videoclipuri și sunete, precum și videoclipuri selectate, de exemplu de pe YouTube,
- versiunea offline: texte selectate (ziare, cărți sau manuale).
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care reacționez. Scenariul 2.](#)

Rezumatul
activității

1. Împărțiți tinerii în două sau mai multe subgrupuri.
2. Unii dintre ei vor viziona primul videoclip selectat sau vor citi un text, în timp ce alții vor îndeplini sarcinile descrise mai jos. În continuare, toată lumea va viziona următorul videoclip sau va citi un text în liniște.
3. După exercițiu, întrebați participanții despre informațiile pe care și le-au amintit, despre concluziile trase în urma activității și despre emoțiile pe care le-au trăit în acest proces.
4. Prezentați informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
5. Împreună cu participanții, creați o listă de bune practici care ajută la reducerea stresului informațional.

Experiența
mea

În cadrul acestei activități, îi veți ajuta pe tinerii pe care îi aveți în grijă să limiteze stresul informațional. Va fi o bună ocazie de a reduce în mod deliberat distragerile în procesarea informațiilor și de a exersa comunicarea asertivă, în special atunci când este vorba de exprimarea nevoilor participanților.

1. Împărțiți participanții în două grupuri. Dacă sunt mulți participanți, puteți crea 3-4 echipe.
2. Cereți tuturor grupurilor - cu excepția unuia - să urmărească cu atenție un videoclip educațional (pe smartphone sau pe un PC).
3. Un grup va avea o sarcină diferită: membrii săi trebuie să își asume diferite roluri, astfel încât unii dintre ei să vorbească tare, unii dintre ei să folosească obiecte care fac mult zgomot (de exemplu, să trântescă ușa, să târască un scaun pe podea), în timp ce alții pot, de exemplu, să fredoneze un cântec sau să se uite peste umărul celor care privesc videoclipul etc. Aceste comportamente ar trebui să creeze noi stimuli pentru grupul care privește videoclipul, care ar putea să le solicite o parte din atenție. Notă: transmiteți aceste instrucțiuni grupului, creând distrageri, astfel încât celelalte grupuri să nu poată auzi ceea ce spuneți - elementul surpriză va fi important aici. **Configurație alternativă:** Dacă nu puteți utiliza smartphone-uri sau un PC, în loc să vizionați videoclipuri, puteți cere participanților să citească un text, de exemplu un ziar, o carte sau un manual. Rugați participanții să fie atenți la ceea ce citesc.
4. În timpul primei runde, unii dintre tineri se uită la un videoclip sau citesc un text, în timp ce alții creează distragerea. În timpul celei de-a doua runde - toată lumea urmărește următorul videoclip sau citește un text în liniște.



5. Dacă timpul este limitat, alegeți un videoclip sau un text și cereți participanților să vizioneze sau să citească un fragment scurt și diferit din el în fiecare rundă.

Videoclipuri sugerate de pe canalul YouTube:

1. [Atenție, Cad Mere! \[Tigrul - cel mai important animal din ogradă\]](#).
2. [ADFABER \[Minutul tău de Igienă Cibernetică: Cuvântul de Siguranță\]](#).
3. [ADFABER \[Minutul tău de Igienă Cibernetică: Autentificarea în Doi Factori\]](#).
4. [TED-Ed \[How to get motivated even when you don't feel like it\]](#)

Reflecțiile mele

După exercițiu, rugați participanții să împărtășească informațiile pe care și le-au amintit, concluziile din activitate și emoțiile pe care le-au trăit în timpul participării la aceasta. Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Ce ți-ai amintit din videoclipurile pe care le-ai vizionat sau din textele pe care le-ai citit?
2. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?
3. A fost percepția ta asupra mesajului (video sau text) diferită într-un mediu liniștit și într-unul zgomotos?
4. Ce emoții te-au însoțit în diferite etape ale activității? Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ce ai simțit.
5. Ai trecut prin situații similare în viața ta?
6. Ce ți-a arătat această activitate?

Noile mele cunoștințe

Spuneți-le participanților că, din punct de vedere evolutiv, capacitatea omului de a procesa informații este limitată. Creierul nostru nu poate face față unui exces de informații, așa cum au aflat pe propria piele tinerii pe care îi aveți în grijă. Numărul excesiv de mesaje, în special din rețelele de socializare, poate provoca așa-numitul stres informațional - adică supraîncărcarea cu informație. Acest lucru se întâmplă în special atunci când nu putem controla cantitatea de informații care ne parvine și când facem mai multe lucruri simultan, în timp ce folosim mijloacele digitale. Aceasta poate conduce la distragerea atenției și la pierderea concentrării. În viața de zi cu zi, aceasta poate îngreuna sarcina participanților, de exemplu, de a învăța și de a memora eficient informațiile. De aceea, este atât de important să ne asigurăm bunăstarea - inclusiv online - prin reducerea nivelului de stres și crearea unor circumstanțe în care să avem un sentiment de autonomie și să fim mulțumiți de viața noastră.

Pentru a avea grijă de bunăstarea noastră, trebuie să învățăm să controlăm informația la care suntem expuși. Trebuie să luăm decizii în cunoștință de cauză cu privire la ceea ce vrem sau nu vrem să auzim, precum și cu privire la circumstanțele în care dorim să accesăm informațiile pentru a ne simți confortabil și a ne concentra. Evitarea deliberată a situațiilor cu exces de stimuli reprezintă baza menținerii echilibrului emoțional online. Emoțiile joacă un rol important - ele acționează ca un radar care ne permite să știm dacă o anumită informație sau momentul în care o folosim contribuie la bunăstarea noastră sau reprezintă o amenințare.

Concentrându-ne în timp ce folosim informațiile online, putem rezista dezinformării, deoarece reducem riscul de a consuma fără să ne gândim conținut care este în mod deliberat înșelător. Fără această concentrare, este posibil ca tinerii să nu-și dea seama că informațiile pe care le primesc sunt complet false sau distorsionate. Experiența stresului informațional poate fi însoțită de emoții puternice, care îi fac pe cei pe care îi percepeți să fie mai dispuși să dea „like”, să comenteze sau să împărtășească informații neverificate sub influența acestor emoții.



Găsirea conexiunii și construirea imunității

Împreună cu participanții, creați o listă de bune practici care le va permite să reducă stresul legat de informații. Într-o situație offline (de exemplu, în timp ce citiți notițele de la școală), stresul poate fi indus de colegii de clasă gălăgioși sau de sunetele de notificare de pe telefon. Există o mulțime de astfel de distrageri online. Încercați să le oferiți exemple și să le includeți pe listă, împreună cu emoțiile trăite de participanții și care îi pot avertiza că situația în care se află nu este propice pentru a utiliza eficient informațiile. Cu alte cuvinte - este distructiv pentru bunăstarea lor. Puteți afișa lista într-un loc vizibil și o puteți adopta ca set de reguli aplicabile în cadrul grupului. Dacă aveți suficient spațiu, vă puteți invita participanții să ia parte la o activitate creativă.

Ce îmi este necesar? Lucruri care mă ajută să mă concentrez:

1. ...
2. ...

Ce trebuie să evit? Lucruri care îngreunează concentrarea:

1. ...
2. ...

La sfârșitul activității, ajutați-i pe participanți să învețe să-și comunice nevoile într-un mod asertiv - inclusiv nevoile lor de comunicare. Puneți următoarea întrebare în fața tuturor: „Cum poți ruga politicos pe cineva să nu te deranjeze?” În continuare, creați o listă de răspunsuri pe care tinerii o vor putea consulta la nevoie.

Iată un exemplu de astfel de mesaj: „Mă simt supărat/ă sau iritat/ă când aud zgomote/persoane vorbind pentru că nu mă pot concentra la citit/studiu/vizionarea unui film. Aș vrea să fiu lăsat/ă să termin”.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- implicarea în timpul lucrului în grup sau interacțiunile directe cu facilitatorul,
- împărtășirea experiențelor, reflecțiilor și emoțiilor proprii,
- implicarea în rezumatul activității și crearea unei liste de bune practici și de mesaje politicoase.



Scenariul 3

Ștergerea aplicației

30-45
minute13-15 + orice durată
a experimentului
cu aplicația
ștersă

mic/mare

stres informațional și
starea de bine

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să afle cât timp petrec pe rețelele de socializare,
- să ia în considerare emoțiile evocate de lipsa accesului la o aplicație selectată,
- să caute metode alternative de petrecere a timpului liber în afara rețelelor de socializare.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- telefoane (această activitate va funcționa doar pentru instituțiile/școlile în care este permisă utilizarea telefoanelor),
- roata emoțiilor,
- markere sau pixuri,
- foi de hârtie pentru a consemna timpul petrecut în fața ecranului (poate fi consemnat și într-un caiet),
- metode tipărite și decupate de utilizare a timpului recuperat (pot fi prezentate și pe un slide).
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care reacționez. Scenariul 3.](#)

Rezumatul
activității

1. Folosind roata emoțiilor, discutați cu tinerii despre emoțiile pe care le trăiesc în ziua respectivă.
2. Participanții estimează cât timp petrec pe rețelele de socializare, apoi își verifică timpul petrecut pe ecran, își compară rezultatele și își împărtășesc concluziile.
3. Grupul convine asupra duratei experimentului. Tinerii șterg o aplicație selectată de pe telefon și scriu emoțiile care îi însoțesc în timp ce fac acest lucru.
4. Tinerii vorbesc despre experiențele lor. Prezentați informații selectate din secțiunea teoretică, Noile mele cunoștințe.
5. Participanții sunt repartizați aleatoriu sau aleg metoda de a-și folosi timpul liber și de a face față disconfortului cauzat de limitarea utilizării rețelelor de socializare.

Experiența
mea

1. Întrebați-i pe participanți cum se simt în ziua respectivă. Rugați fiecare persoană să așeze un punct pe roata emoțiilor în dreptul emoției pe care o resimte cel mai puternic în acel moment (acest lucru poate fi făcut în mod anonim). Puteți vorbi pe scurt despre emoțiile trăite.
2. În continuare, oferiți fiecărei persoane o foaie de hârtie pentru a scrie răspunsurile la două întrebări:
 - Care este aplicația de telefon pe care petreceți cel mai mult timp?
 - Câte minute sau ore - mai mult sau mai puțin - petreceți zilnic pe rețelele de socializare (de exemplu, TikTok, Instagram, YouTube, Snapchat, BeReal, Facebook)?

Cereți participanților să răspundă sincer. Strângeți foile de hârtie și citiți răspunsurile cu voce tare. În funcție de timpul de care dispuneți, citiți toate răspunsurile sau doar o parte dintre acestea.



3. Este timpul să verificăm cât timp petrec tinerii pe rețelele de socializare. Pentru a verifica acest lucru, trebuie să utilizați funcția de timp de ecran (această funcție poate fi accesată prin setările telefonului. Pentru Android, accesați: Settings □ Digital Wellbeing; pentru iOS: Settings □ Screen Time). Dacă nu vă deranjează, împărtășiți rezultatul dumneavoastră.

- Petreci mai puțin timp / exact atâta timp / mai mult timp pe rețelele de socializare decât ai crezut?
- Ce părere ai despre timpul pe care îl petreci folosind diferite aplicații?
- Îți poți imagina o zi fără rețelele de socializare?
- Crezi că renunțarea la rețelele de socializare este ușoară sau dificilă?

4. Invitați-i pe tinerii pe care îi aveți în grijă să participe la un experiment de o zi. În cadrul acestui experiment, fiecare persoană va dezinstala temporar o aplicație de rețea de socializare selectată. Vă încurajăm să participați la această provocare împreună cu participanții - acest lucru poate fi un stimulente suplimentar pentru ca aceștia să ia parte la experiment. Dezinstalați aplicațiile selectate. Împreună cu tinerii, stabiliți cât timp va dura experimentul și cum veți ține evidența emoțiilor. Puteți să vă înregistrați emoțiile în mod continuu, de exemplu, sub formă de note pe telefon. Durata minimă sugerată a experimentului este de o zi, dar vă recomandăm să adaptați acest timp la ceea ce poate face grupul dumneavoastră - de la câteva ore până la câteva zile.

Reflecțiile mele

Imediat după ștergerea aplicației, rugați fiecare persoană să marcheze pe roata emoțiilor cea mai puternică emoție pe care o resimte. Verificați dacă s-a produs o schimbare în emoțiile grupului comparativ cu începutul activității.

Discutați rezultatele experimentului la următoarea ședință. Este important ca participanții să încerce să numească emoțiile care i-au însoțit în timpul provocării.

Rugați participanții să discute rezultatele experimentelor în fața întregului grup. Puteți să le puneți câteva întrebări, de exemplu:

- Ai reușit să ajungi până la capăt? Sau ai reinstalat aplicația ștersă?
- Ai resimțit emoții în timpul experimentului? Dacă da - care au fost acestea? Au fost puternice?
- Ai fost deranjat/ă de lipsa aplicației?
- Ai simțit ceva pozitiv în timpul experimentului? Dacă da - ce anume?
- Ce temeri ai avut înainte de experiment? Au fost justificate?
- Ai instalat o altă aplicație în locul celei șterse?
- Ce ai făcut cu timpul tău liber?
- Ce ai învățat datorită participării la experiment?

Reveniți la emoțiile de la începutul activității. Rezumați reacțiile tinerilor.

Noile mele cunoștințe

Potrivit cercetărilor, tinerii care petrec mai mult de 3 ore pe zi pe rețelele de socializare pot fi mai predispuși la probleme de sănătate mintală, inclusiv simptome ale depresiei și anxietății (Riehm et al., 2019). Și asta nu este tot - există o corelație între utilizarea excesivă a rețelilor de socializare și calitatea slabă a somnului și privarea de somn și, prin urmare, și deteriorarea sănătății mintale (Alonso et al., 2021).

Sondajul „Nastolatki 3.0”, realizat în toamna anului 2022, a arătat că, în medie, adolescenții polonezi petrec 5 ore și 36 de minute online pe zi în timpul săptămânii și 6 ore și 16 minute în weekend (Lange et al., 2023). Nu mai puțin de 10% dintre respondenți petrec mai mult de 10 ore online în timpul săptămânii. La sfârșit de săptămână, acest număr crește la 14%. Este prea mult!



Autorii sondajului „Polish EU Kids Online 2018” subliniază că orele lungi petrecute online pot fi asociate, de exemplu, cu neglijarea hranei sau a somnului, plictiseala în cazul lipsei accesului la internet, utilizarea internetului chiar și atunci când nu ești interesat de acesta, neglijarea studiului, mai puțin timp petrecut cu prietenii și familia și chiar conflicte rezultate din acest fapt (Pyżalski et al., 2019).

Internetul include și rețelele de socializare, așa că aceste probleme îi pot viza și pe participanți - în special pe cei care petrec mai multe ore zilnic pe aplicații precum TikTok, YouTube sau Snapchat sau pe cei cărora le-a fost greu să ștergă o aplicație sau să continue experimentul. Limitarea sau retragerea din rețelele de socializare poate provoca disconfort, dar ne ajută să ne asigurăm bunăstarea digitală.

Găsirea conexiunii și construirea imunității

Spuneți-le tinerilor pe care îi aveți în grijă că limitarea timpului petrecut pe rețelele de socializare ne ajută să avem mai multă grijă de bunăstarea noastră digitală. Datorită ei, suntem expuși la mai puțin conținut care are ca scop principal să ne inducă în eroare. Timpul economisit evitând navigarea fără noimă prin rețelele de socializare poate fi folosit pentru a citi, viziona sau asculta ceva mai valoros sau pentru a lua o pauză de la consumul de informații.

Gândiți-vă un moment la motivul pentru care suntem atât de atașați de rețelele de socializare. Ce ne oferă ele? Ce iau acestea de la noi? Ce riscăm dacă petrecem ore întregi navigând în rețelele de socializare? Ce conținut neplăcut putem întâlni acolo? Ce-ar fi dacă măcar o parte din acest timp ar fi eliberat prin preluarea controlului asupra aplicațiilor noastre preferate?

Este timpul să preluăm din nou controlul asupra telefoanelor și emoțiilor noastre. Pregătiți foi de hârtie cu idei de petrecere a timpului recâștigat. Citiți-le cu voce tare și lăsați fiecare participant să aleagă o idee sau să extragă una la întâmplare. Dacă își aleg opțiunile, le puteți cere să justifice alegerea. Explicați grupului că aceste idei îi pot ajuta să facă față emoțiilor dificile care pot apărea atunci când nu ne folosim telefoanele.

Propuneți participanților să încerce în mod deliberat să își amintească emoțiile pozitive care însoțesc activitățile desfășurate în timpul recuperat. Felicități-i pentru participarea la experimentul comun și arătați că le apreciați eforturile.

Exemple de idei pentru petrecerea timpului liber:

- să ieși la plimbare,
- să lenevești,
- să dormi mai mult,
- să ieși cu prietenii,
- să vorbești cu o persoană apropiată,
- să te joci cu un animal de companie,
- să vizionezi un film pentru care nu ai avut timp înainte,
- să asculți muzică,
- să citești ceva interesant pentru care nu ai avut timp înainte,
- să desenezi, să creezi ceva.



Ca parte a rezumatului întregii activități, oferiți asigurări participanților. La finalul procesului, transmiteți fiecărui participant un mesaj în care să indicați cel puțin un lucru pozitiv pe care l-ați observat în timpul activității. Astfel, veți sublinia „micile victorii” ale acestora.

Exemple de comportamente care ar putea constitui o „mică victorie” pe parcursul procesului:

- conștiință de sine ridicată (dacă cineva a furnizat o estimare mai mult sau mai puțin exactă a timpului petrecut pe rețelele de socializare),
- împărtășirea emoțiilor trăite - în special a disconfortului.



Felul în care mă comport



Felul în care mă comport



Despre algoritmii rețelelor de socializare



Mijloacele de comunicare socială au jucat, fără îndoială, un rol în generalizarea fenomenului de dezinformare în ultimul deceniu. Datorită unor funcții precum partajarea, comentariile și reacțiile, utilizatorii nu mai sunt doar destinatari, ci și emițători de informații. Deoarece utilizarea acestor funcții nu necesită efort și durează doar o fracțiune de secundă, rețelele de socializare au devenit un spațiu propice răspândirii de știri false sau de informații distorsionate. În timp ce utilizatorii obișnuiți împărtășesc de obicei știri false în mod neintenționat (dezinformare), anumite entități exploatează, de asemenea, vulnerabilitățile platformelor în scopul dezinformării deliberate a publicului.

Crearea rețelelor de socializare a fost însoțită de alte fenomene care au legătură directă sau indirectă cu problema dezinformării. În această parte a lucrării, vom examina câteva dintre ele: influencerii de marketing, clickbait, sistemul de recomandare, bula de filtrare și camera de ecou.

Influencerii și smart shopping-ul

Datorită rețelelor de socializare, avem acces la diferite tipuri de conținut: de la postările publicate de prietenii și rudele noastre care doresc să împărtășească cât mai repede experiența lor de vacanță, la informații din lumea politică și până la videoclipuri virale care oferă divertisment ușor. În afară de cantitățile uriașe de date inserate de utilizatori, folosirea rețelelor de socializare în versiunea de bază rămâne gratuită. Acest lucru este posibil datorită unui model de afaceri bazat pe publicitate. Cu toate acestea, conținutul publicitar nu este întotdeauna etichetat corespunzător, ceea ce poate induce în eroare utilizatorul.

Ori de câte ori un influencer primește un beneficiu material, cum ar fi un onorariu sau un gadget, iar scopul materialului este de a face reclamă unui produs sau serviciu - postarea pe rețelele sociale **trebuie etichetată ca fiind reclamă**. Puteți găsi exemple concrete de astfel de situații pe [site-ul web](#) al Oficiului pentru Concurență și Protecția Consumatorilor. Datorită acestei obligații impuse influencerilor, noi - în calitate de public și utilizatori ai rețelelor de socializare - putem identifica mult mai ușor reclamele și, prin urmare, ne putem proteja împotriva manipulării.

Desigur, scopul unei reclame este de a convinge publicul să cumpere un anumit produs sau serviciu. Deși, conform [legilor în vigoare](#), conținutul unei reclame nu trebuie să fie înșelător, în realitate, acest lucru nu se întâmplă întotdeauna. În mass-media tradițională, lipsa unei etichetări adecvate poate conduce la confundarea materialelor publicitare (sponsorizate) cu informațiile. Pe de altă parte, rețelele de socializare și alte servicii online permit extinderea acoperirii unui anumit conținut prin intermediul [publicității plătite](#). Din păcate, conținutul care răspândește dezinformare poate fi amplificat în acest mod, chiar dacă platformele însele [declară](#) că iau măsuri pentru a contracara acest fenomen.

1. Christopher Wylie, *Mindf*ck. Cambridge Analytica And The Plot To Break America*, 2020.



Unul dintre răspunsurile la problema publicității omniprezente - și uneori etichetate în mod necorespunzător - este conceptul de [smart shopping](#). Înseamnă să luăm decizii de cumpărare fără grabă, în mod chibzuit, ținând cont de criteriile de preț și calitate, mai ales în cazul produselor pe care le achiziționăm doar ocazional (cum ar fi echipamentele de uz casnic și electronice).

Clickbaits și alte conținuturi emoționale

Un alt fenomen tipic pentru noile medii este clickbait-ul. Clickbait-urile sunt titluri construite în așa fel încât nu numai că evocă emoții în rândul publicului, dar mai ales - determină un clic pentru accesarea site-ului care conține întregul articol.

Imaginați-vă că pe pagina principală a unui site de știri apare următorul titlu: „Vești îngrozitoare. Pasionații de cășune vor fi devastați”. Despre ce este vorba în această „veste îngrozitoare” și cum îi afectează pe iubitorii cășunelor? Este vorba despre creșterea prețului fructelor? Sau poate noi cercetări științifice sugerează efectul lor negativ asupra sănătății noastre? Vom afla doar după ce vom da clic pe link.

De ce ar vrea cineva să ne atragă atenția în acest mod special? Nu - nu este vorba despre încurajarea citirii întregului articol pentru a afla contextul mai larg al problemei. Fiecare clic este o șansă pentru agenții de publicitate de a ne trezi interesul pentru un serviciu sau produs, iar pentru proprietarul site-ului - oportunitatea de a face bani din vânzarea de spațiu publicitar.

Acest mecanism este, de asemenea, utilizat uneori de creatorii de conținut pe platformele de streaming, cum ar fi YouTube. Pe aceste site-uri web, clickbait-urile iau forma unor miniaturi care prezintă în mod sugestiv un conținut care... nu este prezentat în videoclipul în sine.

Algoritmii rețelelor de socializare

Numărul de povești partajate pe Instagram este de ordinul sutelor de mii pe minut. Pe YouTube, în fiecare minut [sunt publicate](#) până la 500 de ore de conținut nou. Cu toate acestea, nu toate știrile ajung în feed-urile noastre (în cazul rețelelor de socializare, cum ar fi Facebook și Instagram) sau pe pagina noastră de start (în cazul unor servicii precum YouTube). De ce se întâmplă acest lucru?

Atât de multe informații sunt publicate online, încât pare necesară o anumită selecție. Cu toate acestea, modul în care este filtrat conținutul nu este lipsit de impact asupra persoanelor care utilizează un anumit serviciu. În acest moment, metoda de selecție a conținutului este menită în primul rând să rețină atenția utilizatorului, astfel încât acesta să rămână cât mai mult timp pe platformă. Prin urmare, aceștia pot vedea mai multe reclame, ceea ce se traduce în profit mai mare pentru companie. Prin urmare, cu cât petrecem mai mult timp pe anumite rețele sociale, cu atât mai multe urme ale activității noastre rămân acolo. Datorită acestuia, algoritmul ne sugerează conținuturi din ce în ce mai interesante, care sunt și mai eficiente în a ne capta atenția. Este un cerc vicios.

Pentru a înțelege importanța mecanismului de selecție a conținutului, trebuie să realizăm că ceea ce vedem pe o anumită platformă este determinat în primul rând de un algoritm. În calitate de utilizatori, putem căuta prin conținutul anumitor rețele sociale, dar este mult mai probabil să ne bazăm pe alegeri automate, după cum reiese din derularea continuă - uneori nerațională - a știrilor în căutarea de noi senzații. Acest lucru generează din ce în ce mai multe doze de [dopamină](#) - un neurotransmițător puternic legat de sistemul de recompensă, ceea ce ne face să petrecem și mai mult timp folosind aplicația.

Dacă doar câteva seri irosite ar fi singura consecință a selecției de conținut de către un algoritm, am putea cu ușurință să-l respingem. Cu toate acestea, se pare că selecția automată a conținutului poate avea uneori consecințe mai grave.

2. Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, 2020.



3. Demagog, Algorytm TikToka podsuwa filmik o samobójstwie w 3 minuty [TikTok algorithm suggests a video about suicide in 3 minutes]: https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/algorytm-tiktoka-podsuwa-filmik-o-samobojstwie-w-3-minuty/.

4. Pojęciownik Demagoga [Demagogue's glossary]: https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/pojeciownik-demagoga/.

5. Michał R. Wiśniewski about online discussion radicalization: <https://demagog.org.pl/podcast/michal-r-wisniewski-o-dyskusji-w-internecie/>.

6. Pojęciownik Demagoga [Demagogue's glossary]: https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/pojeciownik-demagoga/.

Potrivit unei [cercetări](#) efectuate de Center for Countering Digital Hate, adolescenții care folosesc TikTok, o platformă care câștigă rapid popularitate, dau peste conținuturi dăunătoare pentru sănătatea lor mintală în primele câteva minute de la utilizarea serviciului. Din nefericire, tinerii care se arată interesați de sănătatea mintală se întâlnesc foarte repede cu videoclipuri despre tentative de suicid, metode de automutilare, lipsa stimei de sine din cauza greutății corporale sau tulburări de alimentație. Un [experiment similar](#) a demonstrat că este la fel de ușor să dai peste informații înșelătoare.

Un efect similar poate fi observat și pe alte platforme, cum ar fi YouTube. În ciuda funcționalităților integrate în interfață - cum ar fi butonul „Dislike” sub forma unei pictograme cu degetul mare în jos - utilizatorii au încă un [impact redus](#) asupra mecanismului de recomandări. Acest lucru se datorează faptului că recomandările nu sunt însoțite de [mecanisme care să garanteze credibilitatea](#) materialelor afișate automat. Prin urmare, utilizatorii pot cădea accidental victime ale dezinformării.

Bule de filtrare și camera de ecou

În mass-media, puteți întâlni termenul „bulă informațională”, care indică faptul că o anumită persoană sau un grup de persoane nu are acces la o parte din informațiile publicate prin intermediul mijloacelor de comunicare tradiționale și sociale. Există alte două concepte, mai precise, care ne vor permite să înțelegem mai bine acest fenomen.

O bulă de filtrare este o consecință a proceselor automate de filtrare a conținutului în motoarele de căutare online și în rețelele de socializare. Aceasta înseamnă că doar o parte din toate elementele de conținut disponibile sunt afișate utilizatorului. Deciziile sunt luate pe baza unor algoritmi care iau în considerare mai multe variabile (cum ar fi locația, istoricul de căutare și navigare) și interacțiunile (de exemplu, like-uri, comentarii și distribuiri).

Cantitatea de conținut publicat în fiecare zi online și pe fiecare site de socializare în parte face imposibilă citirea sau vizionarea tuturor. Din acest motiv, selecția conținutului, cunoscută sub numele de personalizare, a devenit esențială. Cu toate acestea, deoarece utilizatorii au opțiuni limitate atunci când vine vorba despre determinarea conținutului afișat, este posibil să nu reușim să găsim materiale care să ne extindă orizonturile sau să ne permită să ne confruntăm convingerile actuale cu alte puncte de vedere.

Ne putem afla într-o bulă nu doar online, ci și offline. Dacă ne petrecem timpul printre oameni care gândesc în mod similar, caută aceleași surse de informare sau împărtășesc aceleași interese în fiecare zi, riscăm să ne izolăm de alte perspective. Ce consecințe negative ar putea avea acest lucru? De exemplu, am putea fi incapabili să înțelegem o viziune diferită asupra lumii, precum și să luăm decizii bazate pe o viziune incompletă a realității. Cu toate acestea, reversul medaliei - discutat la „Podcast Demagoga” [„Podcastul Demagogului”] de către scriitorul și editorialistul Michał R. Wiśniewski - este că bulele online sunt, de asemenea, spații sigure pentru persoanele care se confruntă cu probleme similare. Este locul unde își pot împărtăși propria experiență și pot găsi informațiile și sprijinul de care au nevoie.

O cameră de ecou, la rândul său, este o situație în care o persoană își reafirmă convingerile curente ca urmare a faptului că același conținut este repetat de mai multe ori într-un cerc închis de persoane. Acest lucru se poate întâmpla, de exemplu, în grupurile închise de pe rețelele de socializare. Mai mult, o astfel de separare determină limitarea accesului la opinii divergente.

Astfel, putem avea impresia eronată că opiniile pe care le întâlnim reflectă părerile restului societății, în timp ce, în realitate, acestea pot fi complet diferite.



Imaginați-vă un grup pe Facebook ai cărui fondatori invită persoanele care susțin abolirea învățământului obligatoriu să se alăture. Înainte de a se alătura grupului, candidații trebuie să completeze un formular și să obțină aprobarea administratorului. Una dintre întrebările de pe formular este următoarea: „Credeți că abolirea învățământului obligatoriu este singura soluție corectă?”. Dacă sunteți de acord cu această teză și cererea este considerată pozitivă, vă veți alătura unui grup de persoane care împărtășesc această convingere.

În zilele următoare, veți întâlni cu siguranță multiple argumente în sprijinul unei astfel de soluții, dar probabil că nu veți afla care sunt argumentele contra. Poate că în curând veți lua parte la o demonstrație pentru eliminarea învățământului obligatoriu fără să cunoașteți posibilele consecințe negative ale unui astfel de scenariu (de exemplu, dificultăți mai mari în atenuarea diferențelor dintre copiii proveniți din familii cu capital cultural diferit).

Referințe:

- Wylie Ch (2020) *Mindf*ck: Inside Cambridge Analytics Plot to Break the World*. Profile Books.
- Zuboff S (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*. Profile Books.



%

!

#

The Way I Act



\$

=





Scenariul 1

Clicking – și emoțiile care urmează



30 minute



13-15



mic (lucru în perechi)



clickbait

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să eticheteze emoțiile care îi însoțesc în timp ce navighează în conținutul online (în special conținutul care vizează evocarea unor emoții puternice),
- să afle cum se construiește conținutul clickbait,
- să construiască rezistența emoțională în calitate de utilizatori de internet.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- [roata emoțiilor](#),
- conținut online (câte un set pentru fiecare pereche) - se taie astfel încât fiecare bucată de conținut să fie separată,
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care mă comport. Scenariul 1](#).

Rezumatul activității

1. Participanții analizează emoțiile pe care le resimt atunci când navighează în conținutul online.
2. Împreună, luați în considerare modul în care sunt create titlurile de tip clickbait și cum puteți gestiona emoțiile pe care le evocă.
3. Tinerii completează fișe de lucru pentru a reflecta asupra modului în care se poate crea o rezistență la conținutul online provocator.

Experiența mea

1. Împărțiți tinerii în perechi și spuneți-le că vor juca un joc despre emoții.
2. Fiecare pereche trebuie să poată vedea roata emoțiilor (poate fi tipărită sau afișată cu ajutorul unui proiector) și panouri cu diverse exemple de conținut online (puteți găsi exemple de conținut la sfârșitul descrierii activității).
3. Cereți participanților să se uite mai întâi la roata emoțiilor. Întrebați-i dacă le cunosc și le înțeleg pe toate. Rugați-i să încerce să găsească un exemplu din viața lor când au resimțit o anumită emoție și apoi să împărtășească această experiență cu partenerul.
4. Rugați perechile să așeze panourile de conținut online unul peste altul, astfel încât să nu se vadă ce anume este reprezentat pe ele. Sarcina lor va fi să întoarcă panourile unul câte unul și apoi să indice pe roata emoțiilor ce emoții le evocă conținutul panoului.
5. După ce analizați fiecare panou, rugați perechile să răspundă la următoarele întrebări:
 - Aveți aceleași emoții atunci când vedeți același conținut online? Fiecare dintre voi reacționează diferit la acesta?
 - Emoțiile pe care le resimțiți sunt dificile? Cum vă simțiți zilnic când vă uitați la astfel de conținut?
6. Fiecare pereche trebuie să analizeze toate panourile de conținut online în acest mod.

Sugestie alternativă: această activitate poate fi realizată și fără a imprima materialele. Puteți utiliza [prezentarea noastră de slide-uri](#) cu mostre de conținut online și puteți afișa fragmentele de conținut pe ecran, unul câte unul. Dați timp perechilor să își exprime emoțiile și să răspundă la întrebări.

Exemplele oferite sunt doar sugestii și pot fi înlocuite de către facilitator - inclusiv în colaborare cu participanții înșiși, care își cunosc mai bine decât oricine altcineva interesele și sursele cele mai frecvente. Tinerii îi pot trimite facilitatorului capturi de ecran din videoclipuri online care i-au făcut să trăiască recent emoții puternice.



Panouri de conținut online

România TV **LIVE STREAMING**

Blackout în România. Scenariu sumbru pregătit de Raed Arafat: până de curent simulată în toată țara timp de patru zile. Ce se întâmplă cu spitalele

4602

Adăugare la conta... Blocare număr

marți, 5 octombrie 2021

Am încercat să vă contactăm. Sunteți al doilea câștigător al loteriei Dedeman:
1) M 2) S - Premiul dvs.:
kbce.me/9YyYGu

11:09

Găsește conținut asociat Caută

CE SE AFLA ÎN CEL MAI SCUMP IEPURE DE LA LIDL

5.067

13

255

StirileProTV 22 minute ·

ULTIMA ORĂ: OMS dă cea mai bună veste despre COVID-19: "Nu există!" -
-- <https://bit.ly/310G6dB>

ȘTIRILE

În fiecare an selectăm la întâmplare 7 vizitatori norocoși din **Bucharest** pentru a primi un premiu exclusiv de la sponsorii noștri.

Câștigă un iPhone X Max

↓ Alege o cutie cadou ↓

Foods That You've Been Eating WRONG Your Entire Life!



In today's video I react to Foods That **We've Been Eating WRONG** Our Entire Life!

YouTube · Luke Davidson · 31 mar 2022

**Reflecțiile mele**

După ce analizați toate panourile, rugați participanții să aleagă împreună pe cel care le-a stârnit cele mai puternice emoții. De ce a fost acela? Ce părere aveți? Rugați perechile să își împărtășească sentimentele în fața întregului grup.

În continuare, cereți participanților să se gândească la motivul pentru care atât de mult conținut online se bazează pe două reguli:

- Evocarea unor emoții puternice.
- Nu se explică complet despre ce este vorba în articol.

Discutați ideile împreună.

Noile mele cunoștințe

Scopul sarcinii a fost de a-i familiariza pe tineri cu mecanismul de creare a conținutului online de tip clickbait și de a le întări capacitatea de a rămâne critici față de acest tip de conținut.

Scopul clickbait-urilor este de a te face să dai click pe un anumit link. Mulți oameni, inclusiv influenceri, câștigă bani datorită numărului mare de vizualizări pe care le obțin articolele lor. De aceea, ele sunt create într-un mod menit să evoce emoții, să atragă atenția și să „agațe” publicul ca pe un „pește în undiță”.

Găsirea conexiunii și construirea imunității

La final, rugați participanții să se gândească la emoțiile dificile care însoțesc navigarea online. Ce îi ajută să facă față acestor emoții? Tipăriți următoarele fișe de lucru și rugați fiecare persoană să încerce să răspundă la întrebări. Apoi, împărtășiți răspunsurile în fața tuturor.

Anexă - Fișă de lucru

Când văd

Simt (emoții)

pentru că (de ce mă simt așa)

În astfel de situații, am nevoie de

Exemplu: Când văd un titlu despre război, mi-e teamă că mă poate afecta și pe mine. În astfel de situații, am nevoie să vorbesc cu un prieten despre sentimentele mele.

Sunteți de acord cu următoarele afirmații? Scrieți ceea ce credeți.



Știu ce să fac atunci când sunt supărat din cauza unui conținut online.

Ce fac:

Știu cum să sprijin o persoană apropiată atunci când este supărată din cauza unui conținut online.

Ce fac:.....



Scenariul 2

În interiorul bulei



40 minute



10-12



mic/mare



bule de filtrare

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să determine în ce măsură opiniile pe care le întâlnesc online reflectă convingerile tuturor oamenilor și în ce măsură - convingerile unui grup selectat de algoritm,
- să învețe ce sunt bule de filtrare și camera de ecou,
- să își folosească cunoștințele pentru a căuta opinii diferite de ale lor.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi de hârtie cu caractere,
- foi de hârtie cu imaginea unei bule (pentru lucrul în 4 grupuri și una individuală pentru fiecare participant).
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care mă comport. Scenariul 2.](#)

Rezumatul activității

1. Participanții iau parte la un joc de simulare. Aceștia își asumă roluri sociale atribuite aleatoriu și se gândesc cum ar reacționa dacă vacanța ar fi cu o lună mai scurtă.
2. Pe baza concluziilor trase în urma jocului, gândiți-vă la mecanismul „bulei informaționale”.
3. Participanții reflectă asupra tipului de „bulă informațională” în care operează și verificăți ce scriu online persoanele care vizualizează conținuturi similare.

Experiența mea

1. Împărțiți participanții în patru subgrupuri.
2. Fiecare dintre ei extrage un rol la întâmplare. În timpul exercițiului, tinerii vor reprezenta grupurile repartizate aleatoriu dar nu pot spune altora cine sunt. Explicați că, în acest exercițiu, grupurile participă la o discuție online pe următorul subiect: *Vacanța a fost scurtată la o lună.*

Există patru grupuri posibile:

- Elevi (de aceeași vârstă cu participanții).
 - Părinții acestor elevi.
 - Profesorii, care se tem adesea că anul școlar va fi prea scurt pentru a parcurge întreaga programă cu elevii lor.
 - Directorii executivi ai marilor corporații, care cred că trebuie să muncești din greu, în primul rând, și că trebuie să începi să te pregătești pentru asta de la o vârstă fragedă.
3. După ce participanții s-au familiarizat cu rolurile lor, prezentați următoarea sarcină:



În România s-a luat decizia ca vacanța să fie mai scurtă cu o lună, iar elevii să meargă la școală în iulie. Ministrul educației a emis deja regulamentul corespunzător și nu intenționează să modifice această decizie. Începând de anul viitor, toți copiii și tinerii vor avea doar o lună de vacanță în loc de două.

Discutați această schimbare online cu alte persoane. Nu uitați, totuși - ar trebui să o faceți din punctul de vedere al rolurilor atribuite aleatoriu.

Gândiți-vă la comentariile care vă vin în minte atunci când vă puneți în pielea personajelor voastre. Ce părere aveți despre această știre? Este corectă sau nu? Va fi bine pentru elevi și profesori?

Scrieți 6-7 opinii și declarații diferite pe care aceste persoane le-ar putea publica online. Puneți toate aceste opinii în interiorul bulei voastre.

4. Rugați participanții să deseneze o bulă/un cerc pe o foaie de hârtie. Aceștia pot folosi modelul afișat pe slide ca sursă de inspirație.
5. După ce toate grupurile au terminat lucrul, cereți să citească cu voce tare opiniile și declarațiile pe care le-au pregătit. Ceilalți participanți vor încerca să ghicească rolul asumat de un anumit grup în acest exercițiu.

Reflecțiile mele

Puteți utiliza întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Ce emoții ai resimțit în timpul exercițiului? (Te poți raporta la roata emoțiilor).
2. Răspunsurile tale au fost diferite sau similare? De ce, în opinia ta?
3. Ți-a fost ușor să intri în rol și să vii cu ceea ce crede un anumit grup despre scurtarea vacanței?
4. Întâlnești opinii diferite, așa cum ai făcut în acest exercițiu, atunci când deschizi YouTube sau TikTok sau când folosești mass-media tradițională?
5. Poți spune că unul dintre grupuri a avut dreptate? Sau poate că, pur și simplu, a prezentat perspective diferite?

Noile mele cunoștințe

Scopul acestei sarcini este ca tinerii să înțeleagă cum funcționează bulele de filtrare online. Atunci când folosim rețelele de socializare, avem adesea impresia eronată că persoanele cu care vorbim sau ale căror comentarii le citim exprimă opinii care sunt împărtășite de toată lumea. Nu ne dăm seama că trăim într-o „bulă”, ceea ce înseamnă că avem mai multe șanse să întâlnim oameni care gândesc la fel ca noi.

O bulă de filtrare este o consecință a proceselor automate de filtrare a conținutului în motoarele de căutare online și în rețelele de socializare. Aceasta înseamnă că doar o parte din toate elementele de conținut disponibile sunt afișate utilizatorului. Deciziile sunt luate pe baza unor algoritmi care iau în considerare mai multe variabile, cum ar fi locația, istoricul de căutare și navigare și interacțiunile (de exemplu, like-uri, comentarii și distribuiți).

O cameră de ecou, la rândul său, este o situație în care o persoană își reafirmă convingerile curente ca urmare a faptului că același conținut este repetat de mai multe ori într-un cerc închis de persoane. Acest lucru se poate întâmpla, de exemplu, în grupurile închise de pe rețelele de socializare. Mai mult, o astfel de separare conduce, de asemenea, la limitarea accesului la opinii divergente.

Astfel, putem avea impresia eronată că opiniile pe care le întâlnim reflectă părerile restului societății, în timp ce, în realitate, acestea pot fi complet diferite.

Atunci când trăim într-o „bulă”, nu reușim să înțelegem de ce atât de mulți oameni din lumea reală au opinii diferite de ale noastre. De asemenea, am putea să credem că nu există alte opinii. În consecință, oamenii care nu își părăsesc bula de internet sunt ușor de indus în eroare.



Găsirea conexiunii și construirea imunității

La finalul exercițiului, rugați participanții să deschidă canalul creatorului YouTube preferat și să citească comentariile. Din ce „bulă” fac parte cei care comentează cel mai des pe acel canal? Discutați despre asta. De asemenea, puteți citi cu voce tare cele mai frecvente comentarii. În continuare, adresați grupului următoarele întrebări:

1. Dacă ar fi să găsiți un nume pentru această bulă, care ar fi acesta?
2. Cum ați descrie persoanele care fac parte din ea?
3. Acum imaginați-vă că ați dori ca acest grup să întâlnească un alt grup care să prezinte un punct de vedere diferit asupra unui subiect important pentru membrii săi. Cu cine s-ar putea întâlni?



Scenariul 3

Familii de algoritmi



40 minute



13-15

mic,
3-6 persoane
(jucători)

Bule de filtrare

Obiective

Această activitate le va permite participanților:

- să explice ce este un algoritm online,
- să înțeleagă cum funcționează algoritmii.

Materiale

Pentru această activitate, veți avea nevoie de:

- foi de hârtie de artizanat A4,
- markere sau pixuri.
- Prezentarea power point pentru elevi - [Link - Felul în care mă comport. Scenariul 3.](#)

Rezumatul activității

1. Sarcina este ca tinerii să deschidă YouTube (într-o aplicație sau într-un browser) și să afle - în perechi - unde îi duce algoritmul, folosind un joc de cărți creat de ei.
2. Împreună, discutați despre modul în care sunt creați algoritmii. Apoi, invitați participanții să se gândească la cât de mult depinde de algoritm atunci când navighează pe internet.

Experiența mea

Ca parte a activității, participanții pregătesc singuri un joc numit „Familii de algoritmi”, bazat pe regulile jocului de cărți „Familii fericite”. Obiectivul său este de a aduna cât mai multe „familii” posibile prin completarea seturilor de 4 cartonașe asociate cu un anumit algoritm YouTube. Pachetul de cartonașe conține 10 familii, fiecare dintre ele cuprinzând 4 titluri diferite de videoclipuri YouTube sugerate utilizatorilor de către platformă pe baza algoritmului său. Fiecare cartonaș este diferit, dar familia căreia îi aparține este marcată cu un număr în colțul din dreapta sus al cartonașului. Participanții creează singuri cartonașele pe baza exemplului oferit.

Cum se creează cartonașele:

Înainte de a începe jocul, participanții trebuie să creeze cartonașe. Vor avea nevoie de coli de hârtie A4 și de markere sau creioane de colorat. Tăiați fiecare foaie A4 în două de 3 ori pentru a obține 8 dreptunghiuri de dimensiuni egale. Jocul necesită un total de 40 de dreptunghiuri.

Apoi, fiecare participant primește un număr pentru familia sa (de la 1 la 10) și îl scrie în colțul din dreapta sus pe toate cele patru cartonașe. Fiecare familie este formată din 4 cartonașe. În funcție de numărul de persoane care iau parte la exercițiu, numărul de familii pe care un participant va trebui să le pregătească variază. De exemplu, dacă familiile sunt pregătite de 2 persoane, fiecare dintre ele are sarcina de a crea 5 seturi de cartonașe cu numere diferite. Dacă o fac 4 persoane, fiecare persoană pregătește 2-3 familii. Obiectivul activității este de a crea 10 seturi de familii de câte 4 cartonașe fiecare.

Următorul pas este să deschideți YouTube pe telefon și să selectați orice videoclip sugerat de aplicație. Participantul scrie titlul acesteia pe cartonaș (poate face și un desen simbolic). Apoi, atinge primul videoclip care urmează după acesta, sugerat tot de algoritm. Scrie titlul acesteia pe următorul cartonaș din aceeași familie. Repetă acest pas de încă 2 ori și creează 4 cartonașe din aceeași familie, reflectând videoclipurile ulterioare sugerate de algoritmul YouTube. Pentru a crea următoarea familie, participantul revine la pagina principală YouTube și repetă din nou cei 4 pași, începând cu un alt videoclip.

După ce participanții au realizat 40 de cărți (10 familii de algoritmi), se trece la joc conform următoarelor reguli.

**Regulile jocului:**

1. Amestecați cartonașele și distribuiți-le participanților, astfel încât niciun jucător să nu vadă cartonașele celorlalți. Jucătorii se uită la propriile cartonașe și verifică dacă au seturi de patru (familii complete). Dacă un jucător are un set complet, îl pune pe masă cu fața în sus.
2. Persoana care are cel mai mic număr de cartonașe începe jocul. Dacă toată lumea are același număr de cartonașe, începe cel care a distribuit cartonașele.
3. Persoana care începe jocul încearcă să obțină un cartonaș de care este interesată de la orice jucător (pentru a completa un set). Pentru a obține un cartonaș, trebuie să adreseze persoanei alese o întrebare despre un anumit cartonaș, indicând numărul familiei acestuia.
4. Dacă acea persoană are cartonașul despre care a fost întrebată, trebuie să îl ofere persoanei care a pus întrebarea.
5. Un jucător care reușește să obțină un cartonaș continuă jocul în același mod. Rândul său se termină dacă una dintre persoanele pe care le întreabă nu are cartonașul de care este interesat. Apoi, este rândul persoanei care a răspuns la întrebare să încerce să completeze un set de patru.
6. Jucătorii afișează seturile complete cu fața în sus, pe masă.
7. Persoana care adună cele mai multe „familii” în timpul jocului câștigă.

Reflecțiile mele

Puteți folosi întrebările sugerate de noi ca parte a rezumatului:

1. Ce emoții ați resimțit în timpul activității? (Poți folosi roata emoțiilor pentru a descrie ce ai simțit).
2. Ce ți-a plăcut?
3. Ce ți s-a părut dificil sau ușor?

În continuare, aruncați o privire la fiecare familie și la algoritmi rezultati. Analizați împreună logica algoritmului:

- Care a fost secvența în fiecare familie de videoclipuri? A fost greu de ghicit?
- S-a schimbat mult tema videoclipurilor în funcție de algoritmul dat? Sau poate că a rămas similară?
- Ați observat diferențe în modul în care funcționează algoritmi pentru diferite persoane?

Noile mele cunoștințe

Cu cât petrecem mai mult timp pe anumite rețele de socializare, cu atât mai multe urme ale activității noastre lăsăm în urmă. Datorită acestuia, algoritmul ne sugerează conținuturi din ce în ce mai interesante, care sunt și mai eficiente în a ne capta atenția. Pentru a înțelege importanța mecanismului de selecție a conținutului, trebuie să realizăm că ceea ce vedem pe o anumită platformă este determinat în primul rând de un algoritm.

În calitate de utilizatori, putem căuta prin conținutul anumitor rețele sociale, dar este mult mai probabil să ne bazăm pe alegeri automate, după cum reiese din derularea continuă - uneori irațională - a știrilor în căutarea de noi senzații. Acest lucru generează din ce în ce mai multe doze de dopamină - un neurotransmițător puternic legat de sistemul de recompensă, ceea ce ne face să petrecem și mai mult timp folosind aplicația.

Mecanismul din spatele algoritmului a fost descris într-un mod accesibil într-un [videoclip](#) realizat de Fundația Panoptykon (disponibil atât în limba poloneză, cât și în limba engleză). Îl puteți viziona împreună cu tinerii pe care îi aveți în grijă.



Găsirea conexiunii și construirea imunității

În final, rugați participanții să analizeze în perechi răspunsurile la următoarele întrebări:

- Ce „spune” algoritmul meu despre mine?
- Ce se va întâmpla dacă algoritmul va începe să sugereze conținut fals, cum ar fi videoclipuri care conțin informații false despre o dietă sau evenimente care nu au avut loc?
- Știți cum puteți face ca YouTube să afișeze ceea ce doriți să vedeți?

Articolele publicate chiar de platformă în secțiunea „Ajutor” vă pot ajuta să răspundeți la ultima întrebare - de exemplu, „Înțelegerea noțiunilor de bază privind confidențialitatea în aplicațiile YouTube”([link](#)). Împreună cu participanții, examinați setările. Efectuați orice modificări pe care le considerați necesare.



Scenariul 4

Jocul Octogrampână la 50
minute10-12
13-15

3-7 jucători



social media

Conținut**Jocul conține 102 cărți:**

- 6 cărți cu personaje
- 30 cărți de partajare
- 31 cărți cu comentarii
- 11 cărți cu aprecieri
- 9 cărți cu numărul necesar de comentarii
- 15 cărți cu caracatița

Despre joc

Jocul Octogram este fictiv și are o intrigă fictivă, dar multe dintre lucrurile care se întâmplă în timpul jocului pot fi aplicate în viața reală. Scopul jocului este să simuleze rețelele sociale, algoritmii lor și bulele de filtrare și de informații. Scopul mai înalt, în afară de distracția în timpul jocului, este introducerea fenomenelor care se manifestă pe rețelele sociale și, poate, și crearea de medii și situații în care jucătorii se pot regăsi. Prin urmare, obiectivul este de a oferi experiență și informații care vor ajuta jucătorii în viitor să înțeleagă cum funcționează rețelele sociale și cum să reacționeze în mijlocul problemelor menționate.

Acest document este potrivit pentru facilitatorii care supraveghează progresul jocului Octogram. În acest document, facilitatorii vor învăța cum să conducă eficient jocul și o reflecție.

Obiective

Jucătorii vor:

- fi conștienți de algoritmii rețelelor sociale și de modul în care comportamentul lor determină ce conținut văd acolo,
- învăța să folosească rețelele sociale mai responsabil,
- descoperi termeni noi legați de viața online și vor fi capabili să-i discute,
- îmbunătăți abilitățile lor de comunicare, cooperare și lucru în echipă.

Structura didactică a activității**Etapa 0 (pentru facilitatori) – Primirea jocului și a materialelor pentru reflecție**

- Tipăriți jocul.
- Citiți regulile jocului înainte de a juca cu copiii.
- Încercați să vă familiarizați cu cărțile și semnificațiile lor.
- Read the reflection paper and adjust it if needed.

Etapa 1 (10 minute) – Familiarizare cu regulile

Activitate: Parcurgeți fiecare parte a jocului, lăsați copiii să vadă cărțile și asigurați-vă că le explicați semnificațiile. Citiți regulile cu voce tare.

Etapa 2 (15 minute) – Jucați o rundă de test

Activitate: Jucați o rundă pentru a înțelege mecanismele.

Încercați să vă amintiți regulile printr-o demonstrație. Acest lucru ar trebui să ajute copiii să înțeleagă mai bine cărțile.

**Etapa 3 (10 minute) – Citirea materialelor suplimentare**

Activitate: Citiți părțile din reguli pe care copiii nu le-au înțeles.

Etapa 4 (nelimitat, 15 minute per rundă) – Jucați jocul

Activitate: Jucați până când mai este suficient timp în programul dumneavoastră pentru reflecție.

Etapa 4 (opțional; +15 minute) – Jucați versiunea avansată a jocului

-Activitate: Dacă jocul este prea ușor pentru jucători, puteți juca versiunea avansată. În reguli, veți găsi cum să jucați pe pagina 13.

Etapa 5 (15 minute) – Sinteză

Activitate: La final, țineți un debate. Împărtășiți-vă opiniile despre noile experiențe și cunoștințe pe care le-ați dobândit.

Cum să conduceți acest debate? Am pregătit o reflecție pentru dumneavoastră, pe care o veți găsi în Capitolul 5: Reflecție.

**Propuneri
pentru posibile
ajustări sau
modificări**

Durata jocului este doar o estimare. Facilitatorii ar trebui să poată ajusta durata activității în funcție de experiența și competența elevilor. Cu toate acestea, pe de altă parte, s-ar putea întâmpla ca jocul să nu fie suficient de lung. Recomandăm pregătirea unui număr suficient de întrebări pentru reflecția finală și încurajarea discuțiilor.

**Înainte să
începeți jocul**

Tipăriți cărțile

Tipăriți cărțile (color sau alb-negru, față-verso, de preferat pe hârtie cartonată) și apoi tăiați-le cu foarfeca și lăminați-le dacă doriți să le reutilizați.

- Fișierul OCTOGRAM.pdf conține cărți de bază verzi.
- Fișierul OCTOGRAM-extended.pdf conține cărți roz pentru versiunea extinsă.
- Fișierul OCTOPUS.pdf conține cărți cu caracatițe.

Selectarea cărților

Există două culori de cărți: verde și roz (de asemenea, recunoscute prin simbolul +). Cele verzi sunt cărțile de bază care sunt folosite în fiecare joc. Cele roz sunt cărți suplimentare folosite când se joacă într-un grup mai mare sau când se alege să se joace un joc mai dificil. În caz contrar, jucătorii le separă de restul pachetului. Numărul cărților cu caracatițe nu se schimbă niciodată.

Povestea

Bine ați venit în anul 2150, într-o galaxie îndepărtată, foarte îndepărtată... galaxia este locuită de creaturi numite Bubblenauts. Trăind în bulele lor, incapabili să-și facă noi prieteni, au un lucru în comun: accesul la aceeași rețea socială – Octogram. Cu toate acestea, din nefericire, această rețea socială nu le este prea benefică deoarece este aproape imposibil să-și facă noi prieteni acolo. De ce? Pentru că această rețea socială este sub controlul ferm al unei caracatițe rele și neprietenoase. Din cauza algoritmilor, toți Bubblenauts primeau doar informații plăcute pentru ei și erau în contact doar cu Bubblenauts cu aceleași opinii: prin urmare, au fost blocați în bulele lor de informații și sociale.

Acum, este rândul vostru să intrați în scenă. Învingeți caracatița, ajutați Bubblenauts să facă noi conexiuni pe rețeaua socială și deveniți eroul pe care îl merită!



Desfășurarea jocului

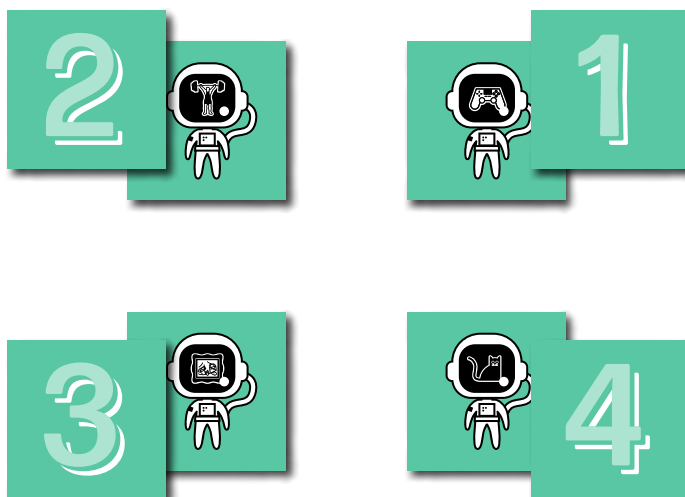
1. Obiectiv

Scopul principal al jocului este să conectezi toate personajele folosind cărțile de joc. Fiecare dintre personaje ar trebui să fie conectat, inclusiv conexiunile făcute "prin" tabla de joc. Este important ca fiecare conexiune să fie doar într-o singură direcție.

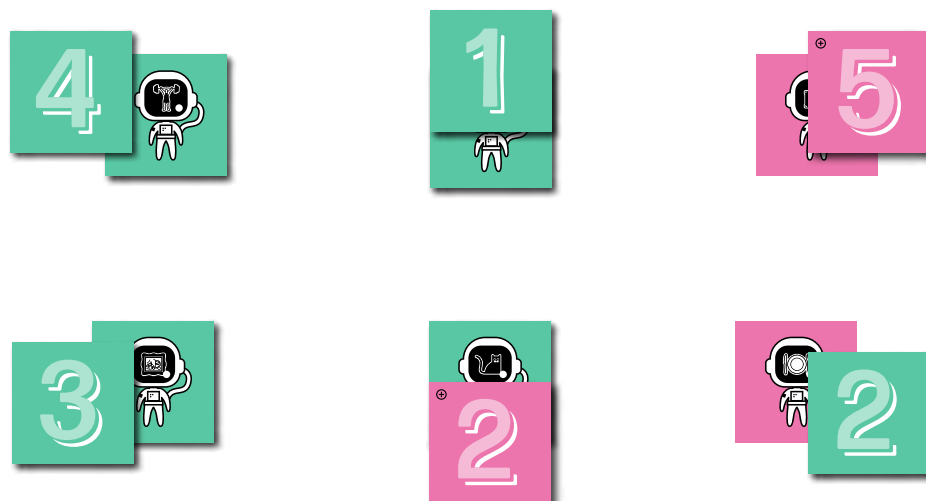
2. Start

Fiecare dintre personaje are un interes prestabilit, care determină ce cărți de partajare pot fi plasate lângă cartea de personaj. La începutul jocului, sunt trase aleatoriu atâtea cărți câte personaje sunt în joc. Aceste cărți determină numărul de cărți de comentarii necesare pentru a face o conexiune cu fiecare personaj. Cărțile de personaje sunt plasate pe tabla de joc la vârfurile unui pătrat imaginar. Una dintre cărțile cu numere trase este apoi plasată pe fiecare dintre personaje.

Versiunea de bază a jocului se joacă cu patru personaje, în timp ce versiunea cu două personaje suplimentare este destinată jucătorilor mai avansați care doresc să crească dificultatea. De asemenea, se recomandă să se joace cu toate cele șase personaje dacă un număr mai mare de jucători doresc să joace jocul (cinci sau mai mulți).



Imagine: Deschiderea jocului cu 4 personaje

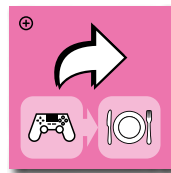


Imagine: Deschiderea jocului cu 6 personaje



3. Cărțile de joc

Există trei tipuri principale de cărți de joc: acțiuni (partajări), comentarii și aprecieri (like). Cărțile de joc conțin, de asemenea, cărți care specifică numărul de comentarii necesare, cărți de personaje și cărți de caracatiță. Cu fiecare rând, o altă persoană (mutând în sensul acelor de ceasornic) începe prin a trage o carte de caracatiță. La începutul fiecărui rând, jucătorii trag două cărți din pachet. Jucătorii nu trebuie să-și ascundă cărțile și le pot arăta celorlalți. În timpul rândului, ei pot juca fie niciuna, fie exact una dintre aceste cărți (cu excepția cazului în care este specificat altfel de o carte specială, consultați secțiunea despre cărțile de caracatiță). Oricine poate începe prin plasarea cărții, deși persoana care trage cartea de caracatiță are prioritate. În fiecare rând, o altă persoană trage o carte de caracatiță; puteți muta această funcție în sensul acelor de ceasornic.



Cărți de partajare

Cărțile de partajare (shares) reprezintă punctul de origine al unei conexiuni. Ele conțin două simboluri de interes conectate printr-o săgeată. Aceste cărți sunt plasate în așa fel încât simbolul de interes de la baza săgeții să fie lângă personajul cu un simbol de interes similar. În același timp, cărțile de partajare ar trebui să indice către personajul care are simbolul de interes potrivit simbolului de la vârful săgeții. În primele runde ale jocului, este ideal ca jucătorii care au cărți de partajare să joace prima dată. Acest lucru se poate schimba în runde ulterioare, când vor fi plasate cărți de partajare între toate sau aproape toate personajele și ar fi mai puțin important să le joci primele. Dacă jucătorii decid să joace cărțile de partajare, ei trebuie să vină și cu o poveste care să lege cele două simboluri prezente pe cărțile pe care le-au jucat. Această poveste va fi folosită mai târziu în timpul jocului.



*Exemplu: Vrei să conectezi doi Bubblenauts din direcția stânga spre dreapta. Exemplul de poveste poate fi: **Atletul se juca un joc pe computer.***

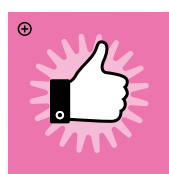


Cărți de comentarii

Cărțile de comentarii (comments) reprezintă elementul principal al unei conexiuni. Fiecare dintre cărți are un personaj sau un obiect pe ea. Jucătorul care joacă cartea de comentariu o poate plasa doar lângă o carte de partajare deja plasată. Dacă jucătorul plasează cartea de comentariu, trebuie să vină și cu o extensie a poveștii care deja există între cele două personaje, așa cum a fost deja determinată de cărțile de partajare plasate.



Exemplu: Trebuie să conectezi acești doi Bubblenauts printr-un comentariu și alegi o imagine cu o planetă. Exemplul de poveste poate fi: **Atletul se juca un joc pe computer în timp ce călătorea în jurul globului pentru competiție.**



Cărți de apreciere

Cărțile de apreciere (like) reprezintă punctul final al unei conexiuni. Ori de câte ori există o carte de partajare și un număr suficient de cărți de comentarii între două personaje, un jucător poate plasa cartea de apreciere lângă cărțile de comentarii deja plasate în acea conexiune. Prin aceasta, conexiunea este considerată completă.



La sfârșitul fiecărui rând, jucătorii pun cărțile ne jucate deoparte și le consideră cărți eliminate. Atunci când pachetul principal de cărți de joc se termină, aceste cărți eliminate sunt apoi întoarse și amestecate și servesc ca noul pachet principal de cărți de joc.

Octopus

Fluxul jocului poate fi influențat de cărțile speciale 'caracatiță'. Acestea sunt trase începând cu al doilea rând înainte. Înainte ca jucătorii să-și tragă cărțile pentru rândul respectiv din pachet, unul dintre jucători trage cartea de sus din pachetul de cărți de caracatiță și o citește cu voce tare. Cărțile de caracatiță reprezintă diverse fenomene care pot fi întâlnite pe rețelele sociale. Principala lor sarcină este de a influența desfășurarea rândului pentru care au fost trase. Fiecare dintre cărți descrie o restricție care este apoi aplicată în rândul respectiv, iar jucătorii trebuie să joace cărți sau să efectueze activități conform acestei restricții. După ce rândul se termină, cartea activă este plasată separat ca fiind eliminată. După ce toate cărțile de caracatiță au fost jucate, cărțile de caracatiță eliminate sunt întoarse, amestecate și servesc ca noul pachet de cărți de caracatiță.





Idei de exerciții pentru cărțile de caracatiță "Infostres", "Nevoia de informații" și "Multitasking"

Aceste exerciții sunt o activitate care poate ajuta la combaterea afecțiunilor cauzate de utilizarea tehnologiei. Este posibil să găsiți un apel la acțiune pe cartea de caracatiță pentru a face un exercițiu. Depinde de dumneavoastră pe care îl alegeți.

Postură și Gât

- **Închiderea bărbiei** - Întindeți-vă și, privind înainte, trageți bărbia înapoi pentru a crea o bărbie dublă. Repetați de 10 ori.
- **Întindere a gâtului** - Înclinați-vă capul în lateral. Mențineți poziția timp de 20-30 de secunde, apoi schimbați partea.
- **Expirație** - Aplecați capul cu mâinile la spate. Pe măsură ce expirați, aplecați capul către piept, trageți coatele împreună și rotunjiți ușor partea superioară a spatelui. Respirați liber și încercați să rămâneți în această poziție timp de cel puțin 15-30 de secunde.

Ochi

- **Clipiți rapid** - Clipiți de 20 de ori, apoi închideți ochii și luați 3 respirații adânci.
- **Rotirea ochilor** - Mențineți aceeași poziție și mutați doar ochii. Mai întâi uitați spre dreapta, apoi în sus spre tavan, apoi spre stânga și în cele din urmă în jos spre sol. Repetați de 5 ori. Puteți merge în ambele direcții.
- **Exercițiu cu palma** - Frecați rapid palmele împreună până când devin calde și apoi plasați-le confortabil peste ochi astfel încât să nu pătrundă lumină prin ele. Respirați adânc.

Mâini

- **Poziția de rugăciune** - Așezați palmele împreună cu degetele îndreptate în sus și cu coatele întinse în lateral. Mențineți această poziție timp de 30 de secunde.
- **Întinderea palmelor** - Apucați degetele celeilalte mâini cu o mână, care va fi întinsă, și mențineți poziția timp de 30 de secunde. Puteți schimba mâinile și roti mână întinsă în jos și în sus în timpul exercițiului.
- **Cercuri** - Faceți cercuri mici în jurul încheieturilor. Rotiți-vă mâinile în ambele direcții de 10 ori în sensul acelor de ceasornic și încă o dată în sens invers.

Runda Exempu

Ce urmează este o descriere a unui exemplu de rundă de joc.

Nu există o ordine prestabilită a jocului - jucătorii decid între ei cine și când joacă.

Dacă aceasta este prima rundă a jocului, runda nu include acțiunile descrise în acest paragraf. Runda începe cu unul dintre jucători trăgând cartea de sus din pachetul de cărți de caracatiță, citind cartea celorlalți jucători și plasând-o lângă pachetul de cărți de caracatiță, cu partea cărții care prezintă descrierea orientată în sus.

Dacă cartea de caracatiță (trasă conform paragrafului anterior) nu stabilește altfel, toți jucătorii trag două cărți din pachetul de cărți de joc. Apoi, runda începe. În primele runde ale jocului, se recomandă jucătorilor care au o carte de "partajare" în mână să joace mai întâi aceste cărți. În rundele ulterioare ale jocului, când cărțile de partajare au fost plasate între toate sau aproape toate personajele, se recomandă jucătorilor cu cărți de comentarii să le joace mai întâi.



Dacă un jucător joacă o carte de partajare, trebuie **să creeze și baza unei povești** care leagă interesele prezentate pe cartea jucată. Dacă un jucător joacă o carte de comentariu, trebuie să extindă povestea existentă stabilită de cartea de partajare pentru a include simbolul sau personajul prezentat pe cartea de comentariu plasată. Ei pot plasa cartea de comentariu numai dacă ceilalți jucători decid că această extensie a poveștii este suficient de bună.

Dacă un jucător dorește să joace cartea de apreciere, poate face acest lucru numai plasând-o lângă o conexiune care deja include o carte de partajare și un număr suficient de cărți de comentarii, conform numărului de sub personajul către care indică conexiunea.

În timpul runde, **un jucător poate juca maxim o carte din mână** (cu excepția cazului în care este specificat altfel de o carte de caracatiță care se aplică runde respective). De asemenea, jucătorii nu trebuie să joace nicio carte din mână dacă nu doresc sau dacă nu există un loc potrivit pentru a-și pune cărțile.

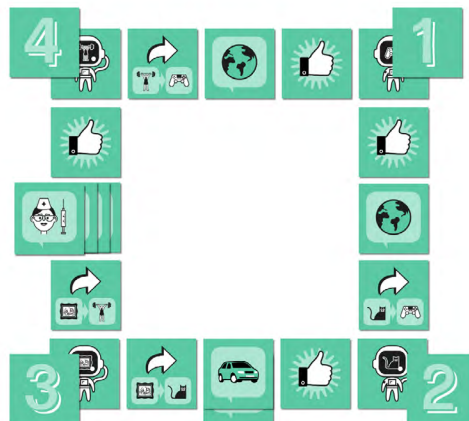
După ce toți jucătorii au jucat fie o carte, fie au decis să nu joace nicio carte, runda se încheie și jucătorii își pun cărțile rămase la grămada de cărți eliminate. Ulterior, cartea de caracatiță aplicată acelei runde este plasată pe grămada de cărți de caracatiță, iar o nouă rundă începe cu un jucător trăgând o altă carte de caracatiță.



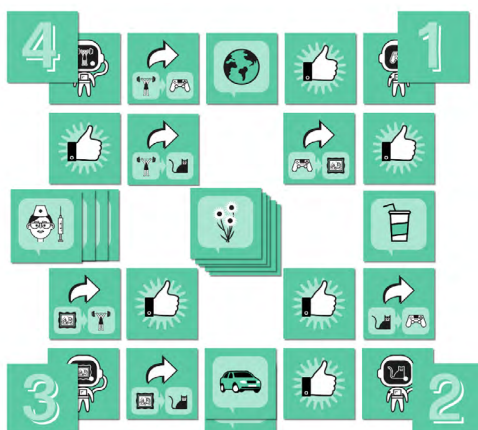
Imagine: Cum ar putea arăta conexiunile dintre cei doi Bubblenauts

Sfârșitul jocului

Jocul se încheie atunci când jucătorii reușesc **să creeze o conexiune între toate personajele din joc**. Este de asemenea posibil **să se stabilească un număr maxim de runde** care să fie jucate; în acest caz, jocul se încheie când se atinge această rundă sau prin conectarea tuturor personajelor înainte de aceasta. O altă limitare posibilă pentru finalizarea jocului este **stabilirea unui timp limită**.



Imagine: Toți Bubblenauts conectați în linie



Extensii mai dificile

Prima opțiune este **să schimbi modul în care funcționează sistemul de comentarii**. În această versiune extinsă, dacă un jucător dorește să joace o carte de comentarii, nu numai că trebuie să vină cu o poveste care să lege simbolurile de pe cartea de partajare relevantă, ci și simbolul de pe cartea de comentarii plasată și simbolurile de pe toate cărțile de comentarii deja plasate (dacă există) în conexiune.

O altă posibilitate pentru creșterea dificultății este **să crești numărul de personaje din joc de la patru la șase**. În acest caz, jucătorii pun cărțile suplimentare (diferențiate prin culoare) din pachetul de joc în pachetul de cărți de joc. Personajele sunt plasate pe terenul de joc în vârfurile unui dreptunghi imaginar, precum și în mijlocul laturilor sale mai lungi.



Jocul cu șase personaje se încheie fie atunci când se atinge ultima rundă, dacă s-a stabilit un număr maxim de runde, fie atunci când se atinge limita de timp, dacă a fost setată, fie prin conectarea tuturor personajelor. În acest caz, nu este necesar să conectați personajele plasate în vârfurile dreptunghiului și puteți decide înainte de începerea jocului dacă doriți să faceți o conexiune în diagonală sau nu.

Timpul de reflecție vine după joc. Mai întâi, este momentul să dezbatem punctele de interes și informațiile obținute. Un grup de jucători sau grupuri combinate vor forma un cerc și vor discuta diferite experiențe.



La acest punct, jucătorii ar trebui să-și exprime modul în care cred că s-au dezvoltat și ce le-a atras atenția cel mai mult. Toată lumea ar trebui să încerce să evite criticarea sau evaluarea celorlalți. Mai degrabă, ar trebui să se concentreze pe laudă, experiențe pozitive și încurajarea curiozității și creativității.

Exemplu: Peter le spune celorlalți că i-a plăcut cum au conectat cei doi Bubbleonauts printr-o poveste amuzantă. Claire continuă și își amintește cum a subliniat că pot alege o strategie diferită într-una dintre rundele jocului. Jane încearcă să-și amintească situații similare, dar nu își poate aduce aminte nimic. Cei doi o vor ajuta și vor lăuda deciziile pe care le-a luat în joc. Când discuția se împotmolește și Philip nu are nimic de spus, te plasezi în situația respectivă și sugerezi un subiect de conversație. Îi întrebi direct cum au reacționat într-un anumit moment.

Exemple de întrebări pentru ghidarea discuției:

- Au existat vreodată dispute? Cum au fost ele rezolvate?
- Cine a amintit jucătorilor să citească cărțile de caracatiță și a ținut evidența desfășurării jocului?
- V-ați ajutat vreodată unul pe altul să veniți cu o poveste?

Aceste întrebări ar trebui să fie direct legate de joc și de modul său de desfășurare. Este potrivit să ne concentrăm pe cooperare, dinamica socială și implicarea în grup.

Urmează o dezbatere despre conținutul sesiunii de joc în sine. Sfaturile pentru conversație vă vor ajuta să faceți acest lucru. Ele sunt menite să stimuleze discuția și să se concentreze pe anumite fenomene, definiții sau concepte. Este de dorit să fiți conștient de ceea ce jucătorii au întâlnit, fie că îi întrebați, fie că îi ascultați jucându-se. Această secțiune este de asemenea potrivită pentru a explica termeni sau situații specifice care apar.

Exemplu: Jane ridică întrebarea despre modul de menținere a bunăstării digitale. Claire îi spune că o poate menține meditănd. Filip îi spune că greșește și că este vorba despre a nu folosi deloc tehnologia - că este o "detoxifiere totală". În acest moment, te implici în dezbatere și ajustezi informațiile corespunzător. Explici exact ce înseamnă acest lucru și întrebi dacă știi cum să o promoveze.

Sugestii de conversație:

- Ai avut vreodată un post pe rețelele de socializare șters sau ascuns? Consideri cenzura un proces negativ? Când crezi că ar putea fi o acțiune pozitivă?
- Ai întâlnit vreodată videoclipuri false? Dacă da, cum ai descoperit că sunt false? Ți s-a părut amuzant sau te-a făcut să fii mai nervos?
- Ai dat vreodată peste fenomenul de dezinformare? Dacă da, cum ai reacționat? A fost o dezinformare izolată sau un întreg blog sau profil de dezinformare?
- Cum îți menții propria bunăstare digitală? Cum diferă de o "detoxifiere digitală"? Rețelele sociale îți provoacă vreodată o stare de spirit negativă? Cum și în ce fel?
- Ești conștient de amprenta ta digitală? Înainte de a posta ceva, iei în considerare dacă va afecta viitorul tău? Te gândești mai mult la text sau la fotografii?
- Ce părere ai despre algoritmul de recomandare? Ne face rău? Este benefic? Găsești interesante recomandările rețelelor sociale sau preferi să cauți singur informații și conținut?
- Știi ce sunt bulele de filtrare? Cum se manifestă faptul că te afli într-o bulă de filtrare și faptul că ești într-o bulă socială? Cum ai proceda pentru a scăpa de ele?



- Folosești hashtag-uri în postările tale? Cum și de ce folosești hashtag-uri? Este diferit modul în care folosești hashtag-urile pe platforme diferite?
- Pe ce creatori de conținut i-ai descrie ca influenceri? De ce ai spune asta? Câți influenceri urmărești? Ai cumpărat sau ai încercat vreodată un produs pe care l-au recomandat sau l-au folosit datorită lor?
- Cum crezi că se manifestă infostresul? Ce poți face cu el?
- Ce meme ai descoperit recent? Știi vreunul care nu mai este popular, dar încă îți place? De ce crezi că unele meme-uri dispar repede și altele rămân populare?
- Cât de des faci multitasking? Ce acțiuni întreprinzi? Poți să te concentrezi întotdeauna suficient pe ambele activități? De ce faci multitasking?
- Ai ajuns vreodată într-un cerc vicios de conținut repetitiv din care nu ai putut ieși? A fost conținut care nu ți-a plăcut sau de care te-ai săturat după ce l-ai văzut de mai multe ori?
- Când ești pe rețelele de socializare, urmărești și ce este în trending? Dai click pe toate subiectele care sunt în tendințe sau doar pe cele despre care știi deja ceva? Ai descoperit vreun subiect nou, celebrități, evenimente sau altceva urmărind ce este în tendințe?
- Ai observat vreodată o postare virală? De ce crezi că a devenit virală? Care a fost tonalitatea conținutului postării, a fost amuzantă, provocatoare sau scandaloasă?

În ultima etapă, este important să implici cât mai mult posibil elevii. Este recomandabil să adresezi tuturor elevilor aceeași întrebare și să aștepti ca ei să se gândească la ea. Este în regulă dacă unele răspunsuri se repetă.