

Implicarea civică a tinerilor văzută prin ochii lor

RAPORT DE ANALIZĂ CALITATIVĂ

Proiect derulat de:



Cu sprijinul:



Autor:

Anca Velicu

Referenți:

Nicoleta Fotiade

Ionuț Codreanu

A se cita ca:

Velicu, Anca (2022). Implicare civică a tinerilor văzută prin ochii lor. București: Mediawise Society. Disponibil la <https://mediawise.ro/raport-implicarea-civica-a-tinerilor-vazuta-prin-ochii-lor/>

CUPRINS

Contextul cercetării	5
Cadrul metodologic	6
Cine sunt și ce vor tinerii	8
Profiluri ale tinerilor din perspectiva implicării lor civice	10
Activista / activistul de organizație (definită de statutul membrilor)	10
Activista / activistul care (se) informează și semnalează disfuncționalitățile	11
Activista / activistul de tip capacity building	12
Activista / activistul total	12
Portret de grup al tinerilor neimplicați civic	13
In limbo... de la activismul ca stil de viață la implicarea ca practici ocazionale	13
Cum văd tinerii implicarea civică?	15
Cum se ajunge la implicare? Istории	15
Teme de interes și organizații în cadrul cărora activează tinerii	19
Teme specifice de interes pentru activism	19
Meta interes în activism și capacity building	21
Practici și campanii specifice	22
Cauze ale lipsei de implicare (online) a tinerilor	25
Frica de a nu deveni victimă a cyberbullying-ului	25
Presiunea de a (nu) fi celebru	27
Nu au o voce (puternică) pentru a fi luați în seama: ei nu contează	28
Lipsa de implicare a grupului setează exemplul non-implicării	29
Lipsa de interes	30

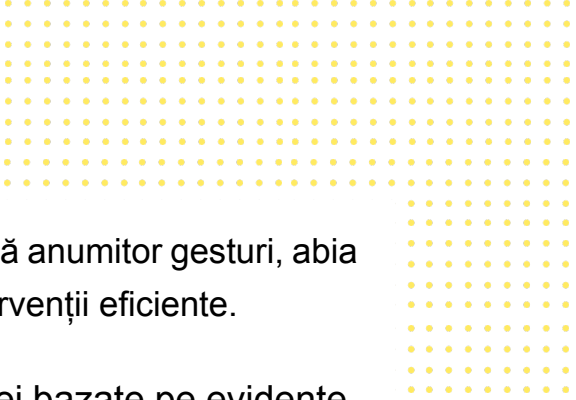
Viața pe internet și decuplarea de la realitatea înconjurătoare	31
Cauze psihologice și care țin de personalitate	33
Folosirea internetului în implicarea civică	35
Strategii și instrumente de implicare civică online	35
Folosirea pentru comunicare	35
Folosirea în cadrul unor campanii	38
Folosirea internetului pentru informarea celorlalți tineri	39
Adaptarea canalului și a modului de transmitere a mesajului la audiență	42
Publicate ca postare sau ca story?	42
Cât de des să postezi / frecvența postărilor	43
Ajustarea continuă a mesajului	44
Tehnici de discurs	45
Retorica postărilor: balanța între a fi critic și a fi constructiv	45
Negocierea tonului în online	45
Meme-urile și potențialul lor în activism	46
Negocierea “vocii” de copil / tânăr într-o lume a adulților	47
Angajarea în scop civic cu conținutul altora	47
Folosirea dedicată a unor platforme pentru networking	50
Provocări în fața activismului (online)	51
A-ți face vocea auzită într-o lume a adulților, fără a deveni (încă) unul dintre ei	51
Competențe digitale specifice și presiunea timpului	53
Presiunea utilizării de noi platforme sau forme de expresie	53
Conflictele valorice care pot apărea	55
Gestionarea spațiului privat în online	58
Experiențe negative online în cadrul implicării civice	59
Competențele media ale tinerilor	61

Competențele digitale ale tinerilor	63
Privind spre viitor: recomandări și concluzii	68
Tinerii spun: implicare!	68
Nevoi specifice pentru o implicare mai robustă: vocile tinerilor	70
Informare... și mai mult de atât	71
Competențe media	72
Educație juridică	72
Protecție	73
Nevoia de modele în activism	73
Criza (ne)implicării tinerilor. Voluntari...?	75
Câteva concluzii...	76
	79
Referințe	80

CONTEXTUL CERCETĂRII

Cercetarea de față face parte din proiectul “*Schimba lumea cu un MEME! Educație media pentru cetățenie activă*” derulat de Mediawise Society în parteneriat cu ActiveWatch și Consiliul Național al Elevilor, cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Scopul general al proiectului este consolidarea gândirii critice a tinerilor și creșterea implicării lor civice, iar pentru realizarea acestui lucru proiectul își propune un demers educativ dublu, pe de o parte educare a tinerilor prin participarea lor la cursul “*Educație Media pentru Cetățenie Activă*” – curs elaborat în cadrul proiectului – și, pe de altă parte, de oferire de mentorat și susținere a implicării lor în activități civice online (e.g. de apărare a drepturilor tinerilor sau a altor grupuri sociale dezavantajate, implicare în activități de advocacy pentru politici educaționale).

Necesitatea acestui tip de intervenție educațională a fost, printre altele, relevată de o cercetare anterioară – „*Conectat la media. Interacțiunea tinerilor din România cu media*” (Velicu, Fotiade & Avădani, 2020) – realizată de Centrul pentru Jurnalism Independent. Cercetarea (Velicu et al., 2020) a relevat un nivel scăzut de participare activă a tinerilor în mediul online, puțini dintre ei dovedind practici de creare de conținut online sau de angajare cu conținutul online (e.g. 6 din 10 publicând un comentariu sau articol pe un site sau blog o dată pe lună sau mai rar sau chiar niciodată) și, de asemenea, un nivel de implicare civică scăzut (52% dintre tineri nu au semnat niciodată o petiție online, iar 24% au făcut acest lucru o dată pe lună sau mai rar). De asemenea, conform unei alte cercetări, doar 27% dintre tinerii români s-au implicat în activități de voluntariat pe parcursul unui an de zile și doar 32% au participat măcar o dată la acțiuni civice organizate de ONG-uri (European Commission, 2018). Deși importante, aceste date oferă o imagine statică asupra implicării tinerilor, neoferind explicații asupra



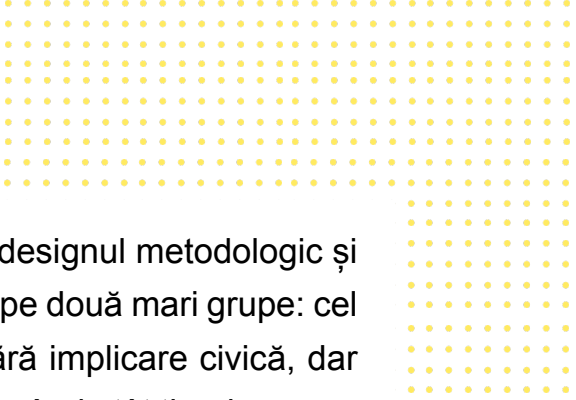
motivațiilor și semnificațiilor pe care tinerii le atașează anumitor gesturi, abia acestea putând să ofere un eșafodaj viabil unei intervenții eficiente.

În acest context, și în acord cu principiul educației bazate pe evidențe, proiectul de față și-a propus ca, într-o primă fază, să ofere o înțelegere în profunzime a implicării sau a lipsei de implicare civică a tinerilor. Mai exact, cercetarea și-a propus să investigheze / identifice:

1. Înțelesurile și semnificațiile pe care tinerii le conferă diferitelor practici de implicare civică;
2. Care sunt motivațiile care îi fac să se implice sau, dimpotrivă să nu se implice în cauze social-civice;
3. Care sunt instrumentele și platformele digitale pe care tinerii le folosesc în aceste demersuri și de ce le-au ales pe acelea, în defavoarea altora;
4. Care sunt provocările pe care tinerii le întâlnesc în acest demers.

CADRUL METODOLOGIC

Pentru a răspunde acestor întrebări de cercetare, am ales folosirea unei metodologii exploratorii de tip calitativ (prin interviuri semi-direcționate), cea mai potrivită pentru a explica fenomenele investigate, chiar dacă nu duce la generalizări. Au fost intervievați 17 tineri cu vârste între 14-19 ani, elevi în ciclul liceal sau care tocmai au absolvit acest ciclu de învățământ. Eșantionul a fost unul variat sub aspectul genului (8 băieți și 9 fete), sub aspectul statutului socio-economic (au fost intervievați atât tineri de la Colegii naționale, licee tehnologice, școli profesionale, licee private etc.; de asemenea, a existat o variație a meseriilor părinților, de la meserii intelectuale, la servicii, muncitori în agricultură, întreprinzători privați). A existat de asemenea o balansare a mediului de rezidență (între urban și rural, capitală și provincie).



Ținând cont de specificul cercetării (i.e. în acord cu designul metodologic și întrebările de cercetare), eșantionul a fost structurat pe două mari grupe: cel al tinerilor activi civic (online și/ sau offline) și cei fără implicare civică, dar prezenți pe internet, această “prezență online” cuprinzând atât tineri care au o utilizare activă a internetului, cât și pe cei cu utilizare mai degrabă pasivă a acestuia, adică cei care nu se angajează în niciun fel cu conținutul online (nu “dau” *like* sau *share*, ci doar “scroll-ează”). Primul grup a cuprins șase subiecți; al doilea 11. Ghidurile de interviu pentru cele două grupuri au avut o parte comună și o parte specifică.

Interviurile au fost făcute față în față (patru) și online (13) și au durat în medie o oră 45 minute.

În acord cu cerințele de etică a cercetării sociale și etică a cercetării cu copii, au fost obținute acorduri informate pentru participarea la cercetare din partea tinerilor și, unde a fost cazul, din partea părinților. De asemenea, interviurile au fost anonimizate, numele folosite în raport reprezentând pseudonime.

Analiza datelor s-a făcut folosind analiza de conținut tematică.

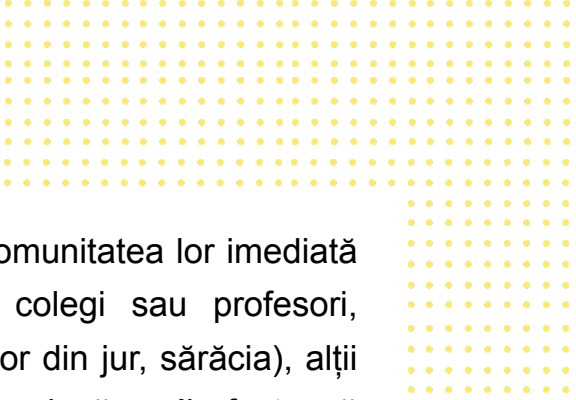
CINE SUNT ȘI CE VOR TINERII

Deși de (prea) multe ori tratați într-un mod unitar și colectiv, tinerii din ziua de astăzi sunt diverși și, chiar dacă sună a truism, folosirea pluralului nu este justificată doar de număr, ci de varietatea lor în practici, valori, speranțe. În ceea ce privește subiectul nostru de interes, implicarea tinerilor în societate, de obicei, se vorbește la modul dihotomic, împărțindu-se între tinerii implicați și cei neimplicați civic.

Această cercetare ne-a relevat însă că există mai multe profiluri ale tânărilor activ (date de implicarea în cadrul unei / unor organizații sau în nume propriu / individual, de cauzele susținute, de profilul psihologic sau de mediul social din care provine tânărul respectiv, de practicile de activism, de instrumentele folosite etc.), așa cum există mai multe profiluri ale tânărilor non-activ civic (variațiile fiind datorate, în acest caz, de motivele lipsei de activism). În această secțiune vom prezenta profilurile de tineri identificate în urma cercetării, nu înainte de a vorbi despre cele câteva trăsături comune ale tinerilor din panelul nostru.

Astfel, toți tinerii intervievați **aveau o legătură cu școala** – fie ca elevi, fie ca proaspeți absolvenți – și **manifestau un interes pentru statutul lor de elev și/ sau sistemul școlar**, aproape toți făcând referiri la știri din acest domeniu (e.g. examenele naționale, modificări ale calendarului școlar, modificări ale legislației privind acordarea burselor). În conexiune strânsă cu acest interes, putem spune că, chiar dacă pentru unii la un nivel minimal, **tinerii sunt expuși la știri – unii dintre ei căutându-le în mod activ**.

De asemenea, toți tinerii intervievați au exprimat **cel puțin un aspect social care îi nemulțumea**, unii fiind mai critici, alții mai puțin, unii arătând spre



probleme foarte concrete cu care se întâlnesc în comunitatea lor imediată (e.g. gunoiul de pe jos sau discurs rasist la colegi sau profesori, nerespectarea anumitor drepturi ale lor sau ale celor din jur, sărăcia), alții arătând spre probleme de care sunt conștienți chiar dacă nu îi afectează personal (e.g. nerespectarea drepturilor persoanelor LGBTQ) sau care îi afectează personal, dar nu direct și vizibil (e.g. probleme legate de ecologie, cu referire la incendiile din Australia). Identificarea acestor probleme și nemulțumiri, **nu duce însă automat la implicarea tinerilor în rezolvarea lor.**

În sfârșit, un ultim aspect comun tuturor tinerilor intervievați este **folosirea internetului**. Poate și datorită contextului pandemiei de Covid-19 (care a dus la folosirea internetului pentru școală pentru anumite perioade), poate independent de acesta (și doar semn al adoptării universale a internetului și noilor tehnologii digitale de către tinerii din România), fapt este că toți tinerii intervievați – indiferent de mediul de rezidență, situație financiară sau atitudine față de internet – erau utilizatori de internet, motivele folosirii fiind în mare parte aceleași (**comunicare, socializare, entertainment/divertisment, informare**). **Practicile de utilizare** însă (a posta versus a nu posta, a intra în dialog cu alții în comunități sau a comunica cu prietenii prin chat-ul unei mesagerii instantanee, a crea conținut propriu sau a te menține întotdeauna în umbră netrădându-ți prezența pe platformă și doar consumând conținutul altora etc.), **aplicațiile și platformele folosite** (Instagram-ul pare să fie cea mai comună platformă, dar în timp ce unii au părăsit de tot Facebook-ul, alții merg în paralel cu cele două; la fel, unii sunt din ce în ce mai atrași de TikTok, care pare să le furnizeze în dozaj perfect familiarul și noutate, în conținuturile căutate, așa cum spune Eva, în timp ce alții preferă să-și mențină agentivitatea / autonomia asupra căutării conținutului și să rămână fideli YouTube-ului), precum și **semnificațiile și valorile atașate** (o anumită practică poate să aibă semnificații și motivații foarte diferite) acelor practici sunt elemente care îi diferențiază însă pe tineri.

PROFILURI ALE TINERILOR DIN PERSPECTIVA IMPLICĂRII LOR CIVICE

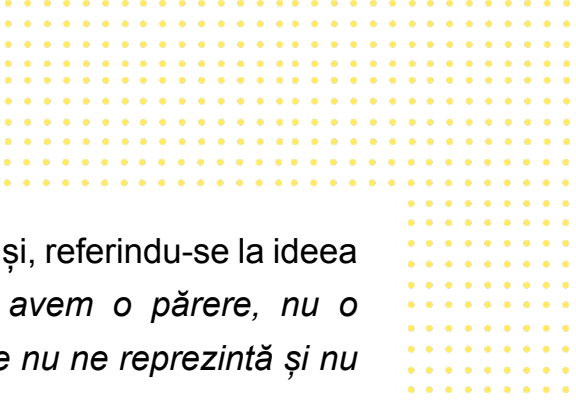
Profilurile pe care le vom prezenta în continuare sunt constructe sintetice cu valoare analitică, ele nedescriindu-i ca atare pe tinerii intervievați. Pentru creionarea unui astfel de profil au fost folosite elemente de la mai mulți subiecți, la fel cum un anumit tânăr poate să se regăsească, sub diferite aspecte, în mai multe profiluri, acestea nefiind mutual exclusive.

Pentru că vom avea o secțiune dedicată motivelor care îi determină pe tineri să nu se implice și de multe ori acestea se suprapun, pentru cei neimplicați vom realiza doar un portret global aici.

Activista / activistul de organizație (definită de statutul membrilor)

Aceștia promovează agenda organizației pe care o reprezintă (de obicei au funcție de conducere), fără însă să se implice în alte cauze sau să exprime o opinie divergentă față de cea a organizației (fie din crez real în acele opinii, fie din conformism organizațional). Interesul acestor tineri pentru cauza/cauzele pentru care luptă respectiva organizație diferă însă, unii simțind un atașament emoțional, cognitiv și valoric profund, în timp ce pentru alții este o activitate vremelnică (în care se implică cu grade diferite de dedicare), dar pe care o vor abandona imediat ce contextul care i-a legat de ea se va schimba.

Expunerea pe platformele de media sociale este în general limitată la promovarea activităților organizației, a știrilor din domeniul respectiv, sau, cel mult, a activităților unor asociații partenere. Unul dintre tinerii care manifestă trăsături ale acestui profil spune în acest sens: *“mai sunt oameni care își asociază imaginea și cu **alte** cauze. Dar eu nu vreau să promovez altceva decât ce promovează organizația, că lumea nu prea vede*

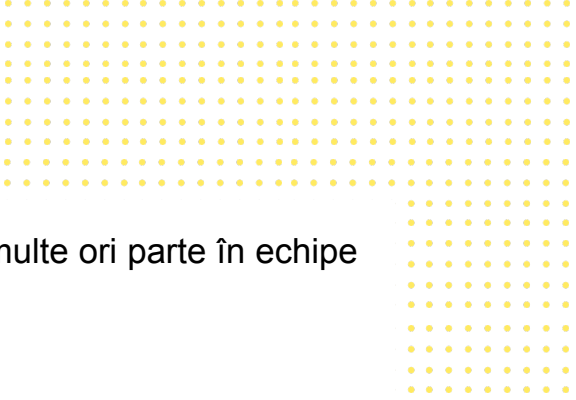


diferența între lucruri personale și cele profesionale” și, referindu-se la ideea de a comenta știrile din actualitate: “chiar dacă avem o părere, nu o spunem, căci poate să genereze niște conflicte care nu ne reprezintă și nu avem nevoie de conflicte”.

Există o acută conștientizare a imaginii publice (nu neapărat în termeni fizici, deși și aceasta e importantă), precum și a importanței urmelor digitale din perspectiva viitoarei cariere. Își doresc să studieze dreptul sau științele politice și să lucreze în administrație. Colaborează cu autorități (locale sau centrale), dar, în general, nu au colaborări cu activiști adulți.

Activista / activistul care (se) informează și semnalează disfuncționalitățile

Deși poate să activeze pentru anumite perioade – în care interesele li se aliniază – în ONG-uri și de multe ori propun soluții proactive unor probleme, rebelul sau rebela vor ridica de fiecare dată steagul roșu când ceva li se va părea nedrept, neintimidați de ierarhiile instituționale și puțin preocupați de păstrarea unei fețe publice care să-i ajute în relațiile cu adulții. Acești tineri activează (sau pot activa, chiar dacă unii dintre ei nu o fac pe moment) și în mediul offline, dar terenul lor de desfășurare este preponderent online-ul, unde vor expune tot ceea ce percep ca fiind o încălcare a unor drepturi sau neadevăruri / inexactități / incoerențe. Sunt foarte conștienți de importanța înțelegerii și cunoașterii realității sociale în care trăiesc și ca atare sunt interesați de știri pe care le comentează (mai ales atunci când sunt în dezacord cu anumite opinii) și pe care se simt răspunzători să le împărtășească celor de vârsta lor. Pot să facă acest lucru informal, pe conturile personale de media socială și/ sau prin colaborarea cu o redacție. Abordează teme și subiecte diverse, de fiecare dată făcând o documentare a cazurilor (le place munca de cercetare și sunt implicați uneori în proiecte de monitorizare a presei). În ciuda acestei munci de documentare, nu pierd contactul cu terenul, vor să rămână în contact cu alți activiști adulți sau de



vârsta lor sau cu cei pe care îi reprezintă. Sunt de multe ori parte în echipe internaționale.

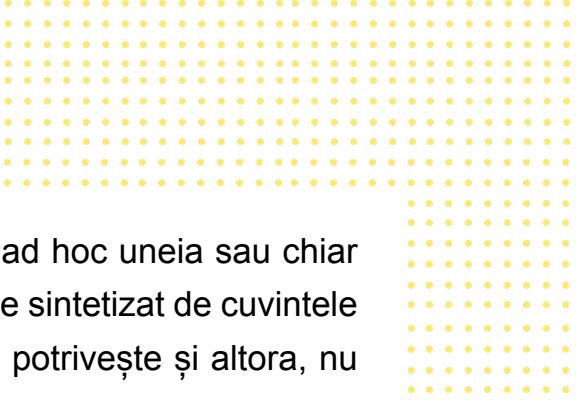
Activista / activistul de tip capacity building

Neexcluzând interesul pentru teme specifice pentru care sunt dispuși să activeze, acești tineri se remarcă prin interesul pentru dezvoltarea unei infrastructuri operaționale pentru desfășurarea acțiunilor civice. Ei sunt conștienți de nevoia de a forma oamenii pentru activism (a le oferi cunoștințe sau competențe necesare, de la *public speaking*, legislație, competențe media, competențe digitale), de nevoia de regulamente (dar se vor interesa și investi activ în a modifica aceste regulamente dacă sunt abuzive) și cadre etice, de nevoia de platforme pentru exprimare, de nevoia muncii în echipă și de nevoia de a gândi o structură organizațională care să răspundă nevoilor etc.

De multe ori acest tip de înțelegere a lucrurilor apare la tineri care au colaborat cu Organizații neguvernamentale internaționale care funcționează după aceste structuri și au participat la programe de formare organizate de aceste organizații. Cu toate acestea unii dintre ei au manifestat o astfel de înțelegere, chiar dacă mai rudimentară, dinainte de a începe respectiva colaborare.

Activista / activistul total

Probabil este modelul care se suprapune cel mai tare cu imaginea despre activism care circulă în spațiul public și se opune cel mai mult celui de tip restrictiv-organizațional, având însă puncte comune cu celelalte tipuri de activism. Este caracterizat printr-o diversitate de interese, la care ajunge dat fiind un acut simț al dreptății și a unei bune cunoașteri a actualității. În funcție de diverse contexte favorizante, dar și de importanța pe care i-o atribuie ei subiectului, activiștii totali pot să se implice pentru o cauză sau alta, pe cont



propriu sau în cadrul unei organizații, asociindu-se ad hoc uneia sau chiar inițiind ei un grup civic. Acest tip de activism este bine sintetizat de cuvintele unuia dintre intervievații noștri, dar pentru că ea se potrivește și altora, nu vom oferi numele.

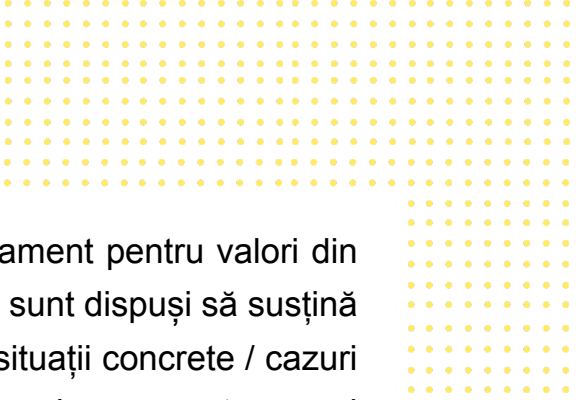
“În general, implicarea civică este la un nivel maxim la mine. Îmi place să **mă interesez de lume și să fac multe chestii**”

Portret de grup al tinerilor neimplicați civic

Temători de a nu fi atacați pentru opiniile lor, relativ neinteresați de problemele sociale, neîncrezători că vocea lor ar avea impact, uneori dorindu-și o recunoaștere din partea grupului dar renunțând din varii motive la acțiunile care le-ar putea aduce această recunoaștere, tinerii neimplicați online sau offline în viața civică fac parte de multe ori din grupuri de prieteni la fel de neimplicați. Sensibili la părerile celor din jur și nedispuși să își asume rolul de *leader*, fără contexte favorizante (trăind în zone rurale sau orașe mici unde ocaziile de implicare sunt rare sau lipsesc), acești tineri nu își găsesc resursele necesare pentru a aduce o schimbare în viața cetății, deși nici nu exclud că pe viitor ar putea să facă acest lucru. Schimbarea grupului de prieteni, creșterea interesului lor pentru o anumită problemă, deteriorarea unei situații până la a deveni insuportabilă și a cere implicare sunt situații care ar putea să îi determine pe viitor să se implice.

IN LIMBO... DE LA ACTIVISMUL CA STIL DE VIAȚĂ LA IMPLICAREA CA PRACTICI OCAZIONALE

Deși granița dintre activism și non-activism pare să fie ușor de trasat, lucrurile sunt uneori mai indistincte, fie cu tineri care cred despre ei înșiși că sunt implicați și activi, dar care au practici minimale, fie invers, cu tineri care



se descriu ca non-activi, dar care au un mare atașament pentru valori din sfera civismului. Prin practicile lor, aceștia din urmă, sunt dispuși să susțină valori civice în care cred, dar acest lucru are loc în situații concrete / cazuri particulare – când ei simt că valori sunt amenințate – și nu ca parte a unei mișcări publice; de asemenea, ei pot avea practici cu valențe civice (i.e. fac un anumit lucru pentru a obține un rezultat la nivelul binelui comun și nu în interes propriu, cum ar fi jucarea unui joc online care contribuie la o cauză socială), fără însă a se considera prin aceasta drept “activiști” pentru acea cauză.

Amintim despre această situație de mijloc pentru a atrage atenția asupra **imaginii pe care implicarea civică o are în spațiul public**, imagine care are un impact în angajarea tinerilor. Există de multe ori riscul ca tinerii să se creadă neputincioși în fața anumitor nedreptăți și a situațiilor de abuz gândind că pentru a face ceva, a protesta, trebuie să ai o anumită vizibilitate, un anumit profil pe care ei consideră că nu îl au. Altfel spus, **la fel ca mulți alții, consideră că activismul se conjugă cu verbul “a fi” și nu cu “a face”**. În acest sens, trebuie promovată o imagine extinsă despre activism și implicare, astfel încât să fie înțeles (și) ca set de practici distincte, și nu neapărat ca un stil de viață (deși, este adevărat, această formă de implicare este cea mai vizibilă în spațiul public și la ea se raportează de multe ori tinerii).

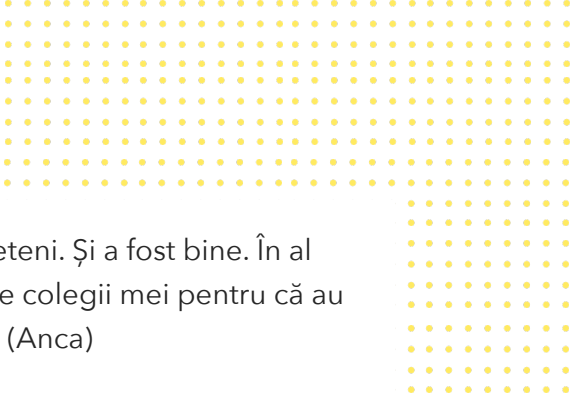
CUM VĂD TINERII IMPLICAREA CIVICĂ?

CUM SE AJUNGE LA IMPLICARE? ISTORII

Deși de multe ori se consideră că existența unui interes pentru o temă socială este cel care va declanșa implicarea civică a tinerilor, în realitate **factorii declanșatori sunt de cele mai multe ori unii contextuali**, care acționează în general în prezența unui interes specific, dar pot acționa și în lipsa acestuia. Astfel, cei mai frecvent menționați au fost factorii sociali, uneori în conexiune cu experiențe negative de tip bullying și nevoia de a fi implicat într-o activitate extrașcolară. De cele mai multe ori însă acești factori se suprapun, creând un context favorabil.

În ceea ce privește **factorii sociali**, aceștia acționează uneori **proactiv**, atunci când prieteni deja implicați îi atrag pe tineri într-o activitate cu valențe civice și/ sau într-o organizație, cum povestesc Darius și Dragoș că li s-a întâmplat și unde trecerea spre activism este lipsită de dramatism. Alteori însă, factorii sociali acționează **prin lipsă**, în cazurile în care tinerii se simt **singuri**, eventual și ținta **bullying-ului** celor din jur, situație în care unii dintre ei decid să își canalizeze eforturile înspre o organizație unde speră să-și facă prieteni .

“Am plecat de pe un punct greșit cu colegii care aveau o imagine greșită despre mine că luasem 10-10 la evaluarea națională (...) și aveau o imagine despre mine care nu corespundea cu mine și îi determina să se comporte într-un anumit fel: am fost bullied o bună perioadă de timp de către persoanele mai populare, nu știu de ce, că eu nu le făceam nimic, eu doar existam; și atunci am zis că, ok, mie nu îmi place experiența asta, inițial am vrut chiar să mă mut de la liceul în primul semestru (...). Dar am aflat că se fac înscrieri în Consiliul Elevilor și am zis că mă bag. Cei de acolo erau mai mari decât mine, clasa XI-a, A XII-a, și am decis să mă bag că nu am ce face cu colegii mei, îmi



trebuie o activitate extrașcolară în care să îmi fac prieteni. Și a fost bine. În al doilea an deja începusem să îmi fac prieteni și printre colegii mei pentru că au venit și ei în consiliu și deja creasem un fel de rețea.” (Anca)

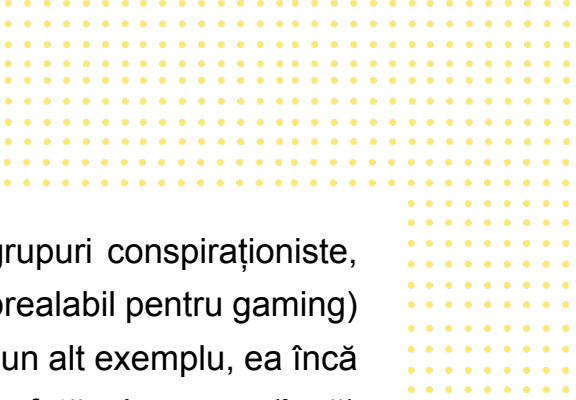
De multe ori însă tinerii nu pot să se “extragă” singuri din astfel de situații (singurătate și bullying) fiind nevoie de un adult care să-i ajute. Este cazul lui Răzvan care, proaspăt mutat în București, fără prieteni, victimă a bullying-ului la școala, se refugiază pe internet și ajunge în grupuri neolegionare și începe să împărtășească aceste credințe și să militeze activ pentru ele pe internet.

“Am intrat într-un rabbit hole; țin minte sentimentul de trădare din partea societății; mă simțeam trădat, mă simțeam lăsat de izbeliște” (Răzvan)

Mama lui (“îngerul meu păzitor”, cum o numește el, râzând) și-a dat seama de problemă și de nevoia lui de a fi implicat în cauze legitime și de a socializa în cercuri adecvate și l-a atras în prima acțiune de voluntariat (Crucea Rosie, prima dată) unde a început să nu se mai simtă singur, ci să simtă că face **parte dintr-o comunitate (“încet încet am crescut, acolo, în familie”)**. Acesta a fost momentul declanșator pentru o serie de proiecte și organizații în care s-a implicat civic, deși procesul de de-radicalizare (cum îl numește el) a fost unul de durată, în care spune că a avut noroc că “*lumea mi-a acordat o șansă*”.

“La început, eram adeptul folosirii violenței pentru obținerea drepturilor; vedeam totul ca o luptă; trebuie să se țipe, să se pună piciorul în prag, Vadim style; apoi am dat de Forum Apulum și aici s-a încheiat partea mea de radicalizare pentru că am dat de oameni care mi-au zis în față unele chestii și mi-am găsit un reper moral și mi-au deschis alte orizonturi” (Răzvan)

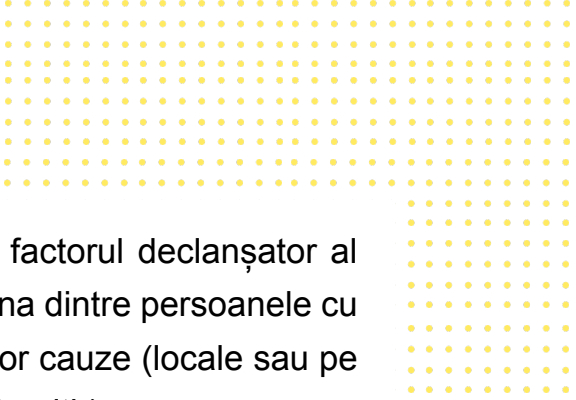
În lipsa acestui sprijin necesar și în lipsa unor **oportunități la nivelul localității** (mai ales în localitățile mici, de tip rural unde astfel de organizații sunt cvasi-absente) pentru o canalizare a singurătății tânărului pentru scopuri civice, tinerii în situație de bullying, dar cu curiozități, interese și nevoie de cunoaștere și înțelegere a lumii sfârșesc prin a explora pe cont



propriu cotloanele internetului, ajungând rapid în grupuri conspiraționiste, grupuri de hackeri (mai ales când exista un interes prealabil pentru gaming) și chiar pe darkweb. Pe lângă Răzvan, Cezara este un alt exemplu, ea încă colindând cotloanele întunecate ale internetului, față de care (încă) manifestă o atitudine critică, dar în același timp amuzată. Este însă conștientă că poate fi oricând victimă a celorlalți membrii din comunitățile respective, pericol pe care momentan îl conștientizează sub forma spargerii contului și a intruziunii de tip hacking și nu a radicalizării, cum a fost cazul lui Răzvan. De remarcat că amândoi se referă la experiența lor pe internet folosind în mod spontan sintagma de “**rabbit hole**” (singurii din toate interviurile).

La alți tineri, care nu experimentează nici o problemă legată de singurătate sau bullying, dar care sunt foarte dornici să înțeleagă mersul societății și să participe, **demersul de investire în prima acțiune de voluntariat / activism le aparține în totalitate**. Declanșat nu atât de un interes anume, cât de o întâmplare aleatoare (de exemplu, un anunț găsit pe internet), dar pe acest fond de **dorință de a fi implicați**, se angajează în cauze și proiecte succesive, pe cont propriu sau în cadrul unor organizații. Temele de interes se cristalizează ulterior, în parte ca urmare a grupurilor de oameni cu care interacționează. De cele mai multe ori, deși interesul pentru implicare apare în ultimii ani de școală gimnazială, aceasta se realizează cu adevărat odată cu trecerea la liceu.

Ștefania, de exemplu, are o primă tentativă de voluntariat la Biblioteca Județeană (unde face eforturi să ajungă, însoțită de mama sa, dat fiind că locuia într-o comună limitrofă) în perioada școlii gimnaziale, dar descoperă că nu are vârsta necesară pentru semnarea unui contract de voluntariat. Inițiază însă un grup de robotică în școala în care este și, până să ajungă la liceu, acumulează o adevărată foame de a se implica fizic în activități. Cum intră la liceu, află de Consiliul Elevilor și se înscrie în competiția de președinte la nivelul școlii (pe care o pierde inițial, dar află de poziții deschise la nivel județean unde câștigă alegerile). Ca și la alții care intră în



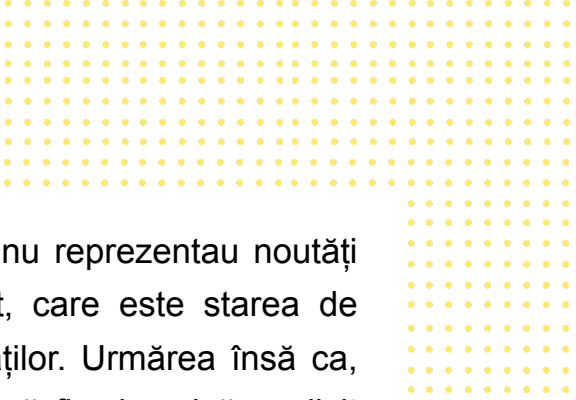
categoria de “activiști totali”, acest eveniment este factorul declanșator al unui șir de implicări, în diferite configurații, ea fiind una dintre persoanele cu inițiativă care pornește de la zero mișcări în jurul unor cauze (locale sau pe anumite teme, cum ar fi sănătatea mintală / mental health).

“Cu voluntariatul, cumva a venit natural: voiam să cunosc oameni, să ajut, să mă dezvolt” (Ștefania)

La fel ca Ștefania, Tudor, vrea să fie implicat și, inițial, află de Friday for future România organizație căreia i se alătură din prima lună de liceu și cu care are activități în care se investește total (până la a declanșa dezaprobarea profesorilor care nu înțelegeau de ce lipsește atât de mult de la școală).

Venirea pandemiei a însemnat pentru mulți dintre acești tineri un punct de cotitură, căci pentru o perioadă a părut că totul se oprește în loc în activismul offline, pe teren, fiecare dintre ei reorientându-se către proiecte desfășurate online, individual sau sub umbrela unei organizații. Este o perioadă de activism maxim la mulți dintre ei, la sfârșitul căreia unii recunosc că au avut episoade de burnout sau depresie pentru că, spun ei, s-au aruncat în prea multe proiecte și nu au mai reușit să își gestioneze timpul (Anca și Ștefania).

Alții, cum e Tudor, deconectat de organizația în care activase și care începe să se destrame odată cu pandemia (nu neapărat din cauza ei), se plictisește și își caută activități să își umple timpul. Întâmplător găsește legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public și începe să scrie la primărie și să ceară diferite informații, majoritar legate de finanțarea educației. Deși demersul său respecta toate procedurile formale (trimite cereri scrise pe mail, cere la telefon număr de înregistrare pentru ele), el nu era desfășurat sub umbrela vreunei organizații, la acel moment nefăcând parte din Consiliul Elevilor. Astfel, demersul lui era mai degrabă de semnalizare decât de informare în vederea unei acțiuni concrete, căci singur fiind, nu prea știa ce să facă cu informațiile respective. Așa cum



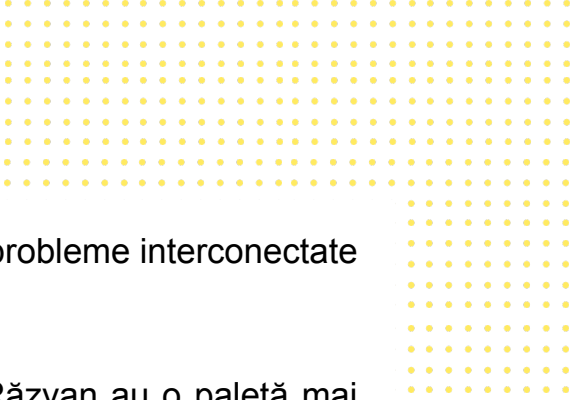
singur mărturisește, informațiile pe care le cerea nu reprezentau noutăți pentru el, căci știa, chiar dacă nu în cifre exacte, care este starea de subfinanțare a învățământului de la nivelul localităților. Urmărea însă ca, prin răspunsul scris primit de la autorități în care să fie descrisă explicit această situație, autoritățile să conștientizeze faptul că *“cineva e interesat de cum se cheltuie banii publici; ca cineva acolo se interesează”* (Tudor).

TEME DE INTERES ȘI ORGANIZAȚII ÎN CADRUL CĂRORA ACTIVEAZĂ TINERII

În primul rând trebuie spus că toți cei activ civic sunt interesați de știri în general, nu doar cei care îi privesc din perspectiva statutului lor de elevi, majoritatea urmărind activ știri politice interne sau internaționale pe platforme de media sociale (Facebook, Twitter, mai rar Instagram sau TikTok unde urmăresc doar Vice word, Vice Romania, Gen Știri sau Școala 9) sau direct pe pagina de internet a canalelor respective. Uneori știrile se mai urmăresc și la televizor. Twitter este văzut ca un canal foarte specific de informare în ceea ce privește războiul din Ucraina, fiind menționat în acest sens mai ales de băieți (și dintre cei activiști și ne-activiști).

Teme specifice de interes pentru activism

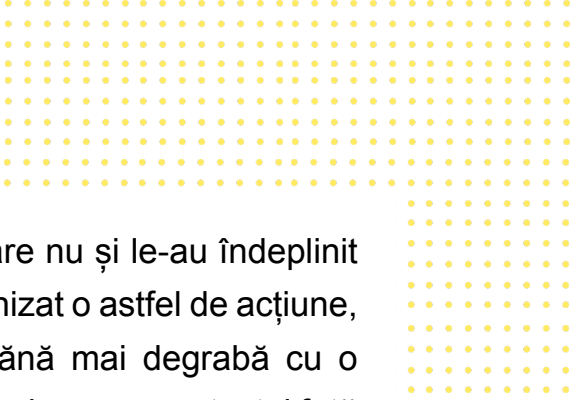
Dacă ne referim la temele specifice de interes ale tinerilor din perspectiva activismului lor, o primă observație ar fi că există două grupuri: cei interesați de o problemă sau un grup de probleme legate între ele, și cei cu interes potențial într-o mulțime de probleme, nu neapărat conectate între ele, dar care cer acțiune. Din primul grup, am spune că interesele predominante ar fi drepturile elevului, ca problemă specifică de interes singular pentru unii (e.g. Darius și Dragoș) sau temele feminismului, ale drepturilor persoanelor



LGBTQ și violența sexuală și domestică, ca set de probleme interconectate (Luiza).

În cel de-al doilea grup, Ștefania, Anca, Tudor și Răzvan au o paletă mai largă de interese. Astfel, Anca și Tudor sunt interesați pe lângă drepturile elevului de drepturile copilului (fiind conectați cu Board-ul Copiilor); Anca și Răzvan manifestă un interes pregnant pentru știri, care îi face să nu fie dora consumatori de știri (cum erau și Dragoș și alții), ci să fie implicați direct cu știrile într-o dorință explicită de informare a tinerilor și de combatere a dezinformare; mai mult, toți cei patru sunt interesați de discriminare și drepturile omului, atât din perspectiva LGBTQ și feminism, cât și din perspectiva discriminării și a inegalităților sociale sau al combaterii discursului rasist. Pe lângă acestea, Ștefania are un interes puternic pentru tehnologie (a inițiat club de robotică, este în grupuri pe internet în care se discută despre inteligența artificială și machine learning) și, la fel ca Anca, este interesată de problemele de sănătate mintală / mental health (inițiind un proiect național de destigmatizare a tulburărilor de alimentație în randul tinerilor, sau, în cazul Ancăi, de conștientizare a problemei suprasolicitării / burnout).

O atenție specială merită **problema schimbărilor climatice / ecologie**, menționată de mulți ca fiind de interes (într-un cadraj discursiv de tipul ‘pentru că până la urmă mă privește și pe mine’) dar **asumată real doar de Tudor**, pentru o perioadă de timp, în cadrul organizației Friday for Future România (organizație care dintr-un complex de motive, s-a desființat). Această temă a fost menționată însă și de către tinerii care nu au o implicare civică declarată. Astfel, Eva critică modul în care de multe ori această temă se reduce la strângerea gunoiului din anumite zone (‘numită frumos ‘ecologizare’), o activitate care ar trebui să fie asumată de primărie și pe care de multe ori anumite primării din țară o fac cu ajutorul muncii neplătite a tinerilor. În acest context, Eva declară că nu se consideră deloc atrasă de “voluntariate”. Dragoș, referindu-se și el la această practică, consideră că, din contră, nu este vorba despre o **deresponsabilizare a primăriilor**, ci de

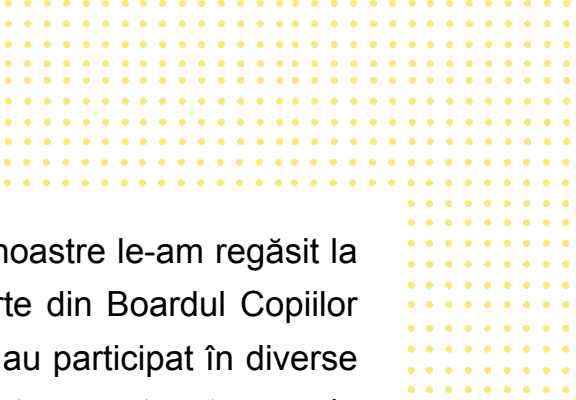


a le atenționa pe acestea asupra unor sarcini pe care nu și le-au îndeplinit (în același timp însă, atunci când el a inițiat și a organizat o astfel de acțiune, a cerut aprobarea respectivei primării, care seamănă mai degrabă cu o colaborare decât cu o formă de a-ți exprima nemulțumirea sau protestul față de neîndeplinirea unor sarcini). În fine, Tiberiu, un alt tânăr neimplicat la nivel de activism dar preocupat, cum declară el, de problemele climatice (urmărind activ știrile despre incendiile din 2021 din Australia și fiind revoltat de știrile despre tăierile de copaci din România) a găsit o modalitate nu doar simbolică, ci cu impact real să își manifeste acest interes, prin jocul online Dollar Tree unde, spune el, la un anumit număr de puncte câștigate în joc, se contribuie la plantarea unui copac în lumea reală.

Dincolo de interesul pentru teme specifice, este de menționat interesul unora dintre tineri pentru **comunități locale specifice**. Ștefania, de exemplu, pe lângă alte proiecte cu impact extins (la nivel de județ sau național, dar pe o temă specifică) are astfel de inițiative care urmăresc dezvoltarea comunității locale din care face parte, fondând un grup de inițiativă locală cu tinerii din comună.

Meta interes în activism și capacity building

Fără a exclude existența unor interese specifice pentru a promova o cauză / contribui la rezolvarea unei probleme sociale (discriminare, inegalități etc), există tineri care au o preocupare pentru înțelegerea și promovarea **activismului ca mecanism social de intervenție**. Care este rolul și locul sectorului non-guvernamental în conlucrarea cu autoritățile statului? Care sunt nevoile activismului la nivel de sistem și nu neapărat la nivel individual? Care sunt formele eficiente de activism? Care sunt mecanismele și pârgurile la îndemână pentru promovarea diferitelor cauze? Care sunt instituțiile care pot sprijini astfel de demersuri (e.g. Avocatul copilului, Avocatul Poporului, organismele internaționale)? Dacă și cum trebuie luate în considerare problemele de reglementare și etică? Toate acestea sunt aspecte ale



acestui tip de **meta-interes** pe care, în interviurile noastre le-am regăsit la Tudor și Anca. Trebuie spus că ambii au făcut parte din Boardul Copiilor (proiect implementat și susținut de UNICEF), unde au participat în diverse programe de formare care le-a arătat importanța acestor teme; de asemenea ambii au în vedere o ‘profesionalizare’ a activismului în viitor (se văd lucrând în ONG-uri).

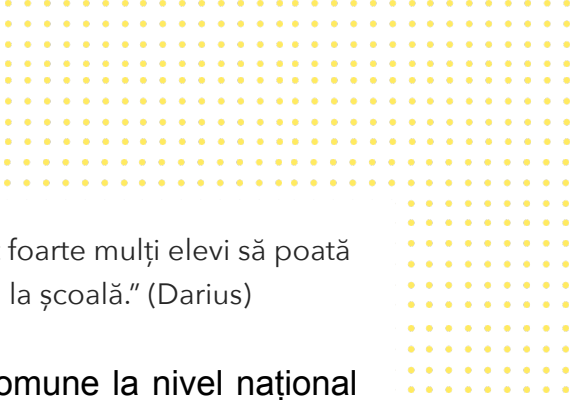
De exemplu, vorbind în mod specific despre ce ar avea nevoie tinerii pentru a se implica mai mult în activism, Anca vorbește despre importanța structurilor preexistente și ghidajul la nivel de mecanisme, în timp ce Tudor, referindu-se la posibilitatea de a reveni într-o organizație din care a fost o perioadă plecat, vorbește despre schimbarea pe care poate să o facă pentru îmbunătățirea structurii organizaționale.

“În momentul în care **li se dau instrumentele, platforma** (...), li se oferă partea de **networking** și partea de **skill-uri** pe care să le aibă, în momentul acela se simt pregătiți. La început sunt dezorientați și au nevoie de ghidaj în **pașii** care trebuie făcuți” (Anca)

“Îmi e dragă structura și vreau să mă implic, dar consider că aş ajuta-o mai mult prin **Comisia de etică** care este un fel de îndrumător în reguli și practici în CNE și consider că experiența pe care o am în spate și lucrurile pe care le-am făcut **le pot da mai departe și îi pot învăța și pe restul** și se **pot face schimburi de bune practici** la nivelul CNE și la **nivel de regulamente** astfel încât **să se perfecționeze și structura.**” (Tudor)

PRACTICI ȘI CAMPANII SPECIFICE

De cele mai multe ori interesul pentru anumite teme este însoțit de participarea tinerilor în campanii specifice de promovare a temei, campanii pe care fie le inițiază ei, fie se asociază acestora în cadrul unor programe mai vaste. De exemplu, tineri din diferite părți ale țării implicați în Consiliul Elevilor au menționat implicarea în campania pentru schimbarea regulamentului de acordare a burselor.

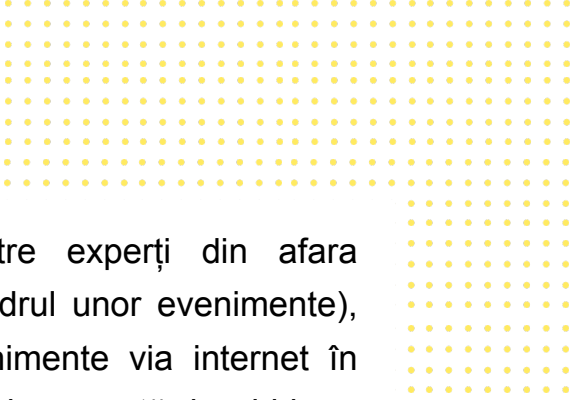


“Deci bursele au contat chiar foarte mult că au ajutat foarte mulți elevi să poată să-și cumpere rechizite, să aibă și ei un ban, dacă vin la școală.” (Darius)

În cadrul acestei campanii au existat atât acțiuni comune la nivel național (cum ar fi “îmbrăcați-vă în negru pentru educație”, menită să semnaleze inechitățile în acordarea bursei), dar și acțiuni la nivel local, acestea din urmă menite mai ales **să semnaleze disfuncționalitățile sau să pună presiune pe autoritățile locale**, în cazul în care acestea nu aplicau reglementările. Tudor povestește în acest sens despre situația dintr-un liceu în care direcțiunea a ales să nu ceară numărul de burse necesare, ceea ce a bulversat tot sistemul de alocare a bursei per școală la nivelul județului, **situație pe care a decis să o expună public printr-o scrisoare în presă**, atunci când nu a realizat că nu mai are nicio altă pârghie de intervenție la îndemână. O situație asemănătoare este amintită de Darius, rezolvată tot prin presiune publică la nivel de imagine (presiune la care a contribuit toată comunitatea locală, inclusiv părinții copiilor din localitate) atunci negocierile directe nu au dus la niciun rezultat.

“La campania cu bursele, într-o localitate primarul nu a vrut să dea burse și la o postare a primarului, toată lumea a dat același mesaj, gen ‘vrem burse’... și au fost vreo 500 de astfel de mesaje și primea primarul în continuu notificări... și ce am mai făcut noi, a fost că dădeam o stea la primărie. Intram pe Google Earth și dădeam acolo, o stea. Și scăzuseră stelele primăriei la vreo 2.5.” (Darius)

Alteori, în paralel cu proiectele asumate la nivel central de organizație (e.g., campania **Pe Stop** sau cea despre **Abuzul Sexual în Școli**, menționate de Luiza), tinerii de la nivel “local” s-au folosit de “umbrela” organizației pentru a iniția proiecte specifice, cum ar fi cele menționate de Anca, despre **violența domestică, burnout, despre avort, despre dizabilități** sau cele menționate de Tudor privind **verificarea regulamentelor școlare și îndepărtarea măsurilor abuzive** din ele sau **Sistemul de Urgență al Elevului**. În funcție de conexiunile personale ale tânărului, de gradul de implicare și de dorința de colaborare cu alte instituții, aceste proiecte pot să

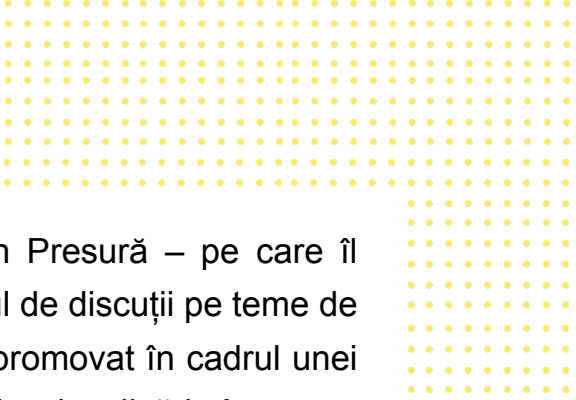


devină internaționale sau măcar deschise către experți din afara organizației (care sunt invitați să vorbească în cadrul unor evenimente), normalizarea webinarilor și a participării la evenimente via internet în contextul pandemiei de Covid-19 contribuind major la această deschidere, așa cum precizează Anca și Ștefania.

Există și cazuri în care, pe lângă inițiative și proiecte noi, tinerii se îndreaptă spre **implementarea unor mecanisme deja reglementate**, dar încă nepuse în practică cum ar fi **formularul de feedback al elevilor**. Tudor împreună cu colegii au dezvoltat metodologia de implementare și au creat un formular pe care l-au distribuit online. Au colectat și au prelucrat peste 5000 răspunsuri și ulterior au făcut rapoarte individuale pe școli (pe care le-au trimis fiecărei școli) și un raport general pe județ pe care l-au publicat pe site și l-au trimis de asemenea către Inspectoratul Școlar Județean.

Dacă tinerii activează în organizații internaționale, preiau cu ușurință agenda respectivelor organizații (promovarea drepturilor copilului) și adoptă instrumentele puse la dispoziție de organizație pentru implicarea în noi activități. Tudor și Anca sunt ambasadori **U-Report** și în această calitate au proiecte mai mult sau mai puțin formale de promovare a educației media, propun noi sondaje în rândurile tinerilor, discută rezultatele unor sondaje în spațiul public pe platformele oferite de organizație etc.

Vom mai aminti aici un singur proiect la care a participat Ștefania, în cadrul programului **Universal Citizens**, pentru a evidenția factorul de aleator sub care stau de multe ori aceste proiecte, precum și modul în care tinerii îmbină în ele interesele lor (aici, este vorba despre interesul pentru știință și tehnologie). Ștefania a aflat cu totul întâmplător despre program (printr-un post de pe Instagram) și s-a înscris online oarecum în virtutea inerției fără să îi acorde o importanță foarte mare, mânată nu de un interes specific, ci de setea de a fi implicată pe care o manifesta în primul an de liceu (ulterior, a devenit mai selectivă cu proiectele). Tema programului era educația socială multiculturală și, atunci când a aflat că a fost selectată în program,



a ales să facă un interviu cu cercetătorul Cristian Presură – pe care îl cunoștea pentru că îi urmărea de ceva vreme grupul de discuții pe teme de știință de pe discord –, interviu pe care ulterior l-a promovat în cadrul unei campanii pe Instagram, strângând peste 50000 de vizualizări. Așa cum spune ea, a fost unul dintre proiectele peste care a dat cu totul din întâmplare, dar care i-a adus o satisfacție foarte mare și *“un bonus la sfarsit, căci am câștigat un stagiu științific de o săptămână în Dubai.”*

CAUZE ALE LIPSEI DE IMPLICARE (ONLINE) A TINERILOR

După ce am înțeles cum funcționează implicarea tinerilor (cum au ajuns acolo, ce îi interesează etc.) să ne aplecăm asupra motivelor care îi fac pe tineri să nu se implice în acțiuni cu scopuri civice online sau offline, așa cum sunt ele menționate chiar de către aceștia. Trebuie spus de la început că uneori situațiile descrise aici au apărut și la tinerii activi și implicați, doar că aceștia le-au dat o altă valoare sau au reacționat diferit la ele, neîmpiedicându-le implicarea, ba din contră uneori ducând la o implicare sporită.

Frica de a nu deveni victimă a cyberbullying-ului

Cel mai comun motiv pentru care tinerii nu sunt activi online (și) în scopuri civice este frica de a nu deveni victimă a bullying-ului. Matei, Crina, Alina și Eva se referă explicit la această frică de cyberbullying, în timp ce alții doar fac aluzii la ea. În discursul lui Matei apare recurent sintagma ‘ți-o iei’ (dacă postezi imagini cu tine, dacă intri în discuții, dacă comentezi, dacă atragi atenția asupra unor probleme). De asta preferă să fie prezent pe internet din umbră și doar să privească ce se întâmplă acolo, intervențiile lui fiind însă minimale.

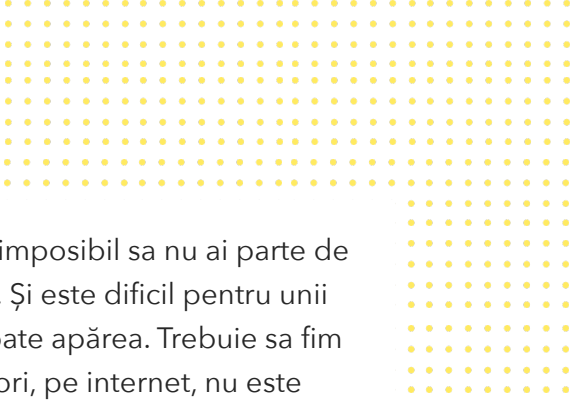
De remarcat că nici el, nici ceilalți care au menționat frica de bullying **nu au fost niciodată victime ale acestuia**, dar sunt cumva timorați de perspectivă și privesc ca indubitabil și inevitabil riscul pe care această expunere pe internet îl aduce.

“Am evitat (cyberbullying-ul) ținându-mă departe de a-mi afișa viața. Cei care se expun, au parte de bullying. Și persoanele publice și noi... dacă te expui foarte mult, oamenii se leagă de aspecte din viața ta despre care eu consider că ar trebui să existe doar pentru tine. Și nu aveam cum să fiu criticată în online odată ce nu mi-am expus viața acolo. O dată ce nu le afișezi, nu vor fi comentate, nu vor fi judecate” (Crina)

Această **frică** nu pare să fie una singulară, sau nu este văzută așa de către acești tineri, care tind să **o considere comună și împărtășită de grupul de prieteni**. Este posibil ca să fi ajuns la această idee **în parte și datorită practicilor lor**. Astfel, Crina și Eva admit că și în grupul lor de prieteni are loc acel tip de ‘scrutinizare’ a celor care postează și o judecare a diferitelor aspecte, majoritar în ceea ce privește aspectele fizice. Pentru acești tineri, **platformele sociale nu sunt un spațiu de dezbatere de idei sau de informare**, ci sunt în primul rând **o vitrină în care cea care contează este imaginea**, iar expunerea acesteia este **ab initio riscantă** prin însuși faptul expunerii.

‘Sunt foarte mulți adolescenți care sunt foarte, foarte **răi** sau **bârfesc** foarte mult dacă te afișezi într-un anumit fel pe internet. Recunosc că și eu mă uit la acei adolescenți pe internet care postează... poate în ipostaze **nepotrivite** și **nu-i** judec neapărat, numai că mi se pare puțin **deplasat**. (...) Ar trebui să fie mai activi dar este acea **frică de a nu fi judecați prea mult**. Și avem impresia că toți ochii sunt pe noi. Că în orice moment putem fi jigniti, bârfiți, dați cu bullying și atunci cred că de asta nu ne implicăm. Că **nu doar eu am frica asta**, ci am mai vorbit și cu **alte persoane din cercul meu mic și ei cred același lucru**. Noi avem opiniile noastre și doar dacă este nevoie ne expunem.” (Eva)

În același timp însă, acest risc este recunoscut ca atare și de tinerii implicați civic care pledează astfel pentru o **înțelegere a acestei reticențe**, căci nu pentru toată lumea este la fel de ușor să **gestioneze o situație de bullying**.



“Dacă ești activ civic în mediul online, este aproape imposibil să nu ai parte de cyberbullying, mai ales dacă ai o audiență mai mare. Și este dificil pentru unii să deal with it. Și sunt foarte multe moduri în care poate apărea. Trebuie să fim conștienți de asta (...) Mai ales că de cele mai multe ori, pe internet, nu este atacat ceea ce promovezi, ci se face atac la persoană” (Ștefania)

Presiunea de a (nu) fi celebru

Mulți dintre cei neimplicați civic sunt de asemenea **inactivi online în ceea ce privește crearea și publicarea de conținut propriu** și datorită **incapacității de a gestiona conflictul dintre impactul pe care vor să îl aibă** (normat de idealul de a deveni “influencer” sau măcar popular) pe platformele sociale și **impactul real**. Așteptarea angajării celorlalți cu mesajul / conținutul creat și publicat de tine face parte din promisiunea de sociabilitate a acestor platforme iar eșecul perceput în a împlini această așteptare îi face pe unii tineri să nu mai încerce. Deși încearcă să se sustragă “logicii like-urilor” și a altor forme de popularitate după care funcționează economia platformelor sociale, aceasta îi bântuie, fiind acut conștienți de ea, afectându-i.

“Ca și mulți alții, cu toate că nu vreau să simt presiunea asta, a like-urilor, o resimt... eu nu vreau să am nu știu câte like-uri, dar apoi, când văd cât de puține like-uri am primit la o postare nu pot să nu îmi zic: doar atât? Și pe urma mă simt prost... dar îmi trece treptat (râzând)” (Matei)

Astfel, chiar dacă cochetează cu ideea de a crea ei înșiși conținut pe care să îl publice online, se repliază rapid și renunță (de tot sau pentru o perioadă) la exprimarea publică atunci când percep că nu au impactul dorit. Matei, de exemplu, continuă să creeze, foarte rar, e adevărat, conținut – uneori foarte specific, cum ar fi un video în stil TikTok despre care povestește că l-a făcut – dar nu îl publică ci îl ține doar pentru el. Gabriel însă – după o astfel de tentativă de a ‘deveni popular’ prin crearea de meme-uri – a renunțat în totalitate odată ce a înțeles că acest lucru nu se întâmplă.

“Chiar aveam speranta că poate ajung popular, dar după, am văzut că **nu am fost auzit** și gata, **am renunțat**” (Gabriel)

Această încercare și renunțare prematură este datorată unei imagini a popularității obținute facil și aleator pe care a introdus-o TikTok-ul. Factorul de aleator cu care se ‘viralizează’ aproape instantaneu unele video-uri le dă tuturor o speranță să-și încerce norocul, justificând în același timp și lipsa de disponibilitate pentru un efort susținut pe drumul popularității.

“Este foarte **simplu**: deschizi aplicatia, faci un tiktok foarte, foarte random și devine viral. Și pe instagram poți să devii influencer, dar trebuie sa postezi în fiecare zi și să **depui mult mai multă** muncă” (Eva)

Nu au o voce (puternică) pentru a fi luați în seama: ei nu contează

Se intră astfel într-un cerc vicios în care pe de o parte nu (mai) sunt activi pentru că nu li se oferă suficientă recunoaștere și nu sunt dornici de a se implica civic pentru că neavând deja o popularitate pe care ei o consideră necesară, consideră că vocea lor nu contează. Mai mulți tineri aduc în discuție nevoia de a fi deja o personalitate pentru ca vocea ta să aibă un impact, deși ce înseamnă să fii o personalitate are înțelesuri diferite.

“Oamenii asculta de persoanele care au influența; nu vin eu, fără nicio experiență și spun ‘faceți asta! (...) Dar persoanele ca mine, într-un fel sau altul **anonime, nu au niciun impact** asupra celorlalți.” (Crina)

“Dacă ar fi să intru pe de-astea (teme de discuții cu impact civic) ori as fi atacată, ori as fi de-a dreptul dată jos (de pe platformă; se referea la comunitățile de pe discord) pentru că nu ai cum să faci asta dacă tu nu ești deja cineva politic sau o celebritate, nu ai voie să vorbești. Si încă cred că sunt prea jos ca persoană, de exemplu nu am un anumit canal de youtube ca să pot să ajut în general. Pentru că dacă vreau să ajut, trebuie să fiu cunoscută, trebuie să fiu foarte bună în a coda, să fac anumite jocuri, sau să fiu bună ca fotograf

sau ca designer, din asta care creează desene. Ori să fiu un influencer. Degeaba încerci tu să zici ceva dacă tu nu poți fi auzit” (Cezara)

“Când tu, ca persoană, ai ajuns într-o situație foarte bună, când ești **echilibrat** și **împlinit**, consider că poți deveni lider din punctul ăla și **te poți dedica și altor persoane** și cauze” (Aurel)

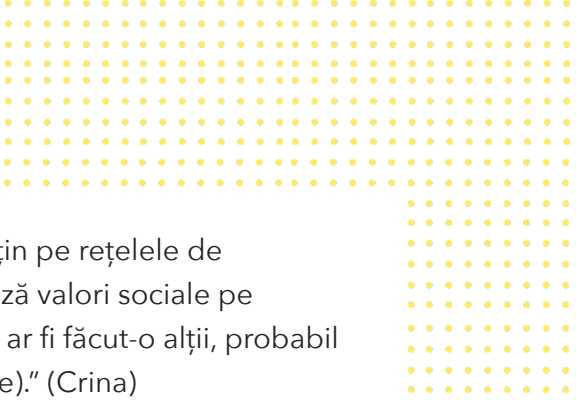
După cum se poate observa, în timp ce Crina concepe influența la modul general, Cezara o concepe specific, ca recunoaștere profesională din partea comunității de interese (un model de recunoaștere specific comunităților de hackeri). În același timp Aurel, fidel credinței lui în nevoia de dezvoltare personală (atât intelectual, cât și fizic) vorbește de împlinire nu ca recunoaștere socială, ci ca stare interioară.

Anca, pe de altă parte, amintește și ea această credință cu efect inhibitor pe care tinerii o au, dar o vede nu ca pe o problemă la nivel individual, care deci poate fi adresată odată ce individul capătă “greutatea” / expertiza necesară, ci o concepe ca pe o problemă societală, adresabilă deci la nivelul schimbării atitudinii.

“Credința copiilor că **vocea lor nu contează exprimă o problemă la nivel de societate**: ei nu se nasc așa, **sunt învățați asta**, acasă sau la școală când, dacă semnaleză ceva nereguli, li se dă în cap.” (Anca)

Lipsa de implicare a grupului setează exemplul non-implicării

Cu foarte puține excepții (ale celor pe care prietenii i-au atras spre activism), cei implicați civic nu au amintit nimic despre faptul că prietenii din jurul lor ar fi fost sau nu implicați. Acest fapt nu i-a determinat însă pe ei să nu caute să se implice în susținerea diferitelor cauze, acțiuni în cadrul cărora, ulterior, au ajuns să își facă prieteni printre tineri cu aceleași interese. Totuși, pentru alți tineri, modelul impus de grupul de prieteni este unul constrângător, nedorindu-și și neasumându-și riscul de a “ieși din rând”. Ei menționează explicit acest fapt ca fiind printre motivele lipsei lor de implicare.



“Si pentru că **nimeni nu o face în jurul meu**. Cel puțin pe rețelele de socializare, persoanele cu care eu stau nu promovează valori sociale pe instagram. Și atunci e ciudat dacă eu aș face-o. Dacă ar fi făcut-o alții, probabil aș fi făcut-o și eu. Efectul de turmă funcționează (râde).” (Crina)

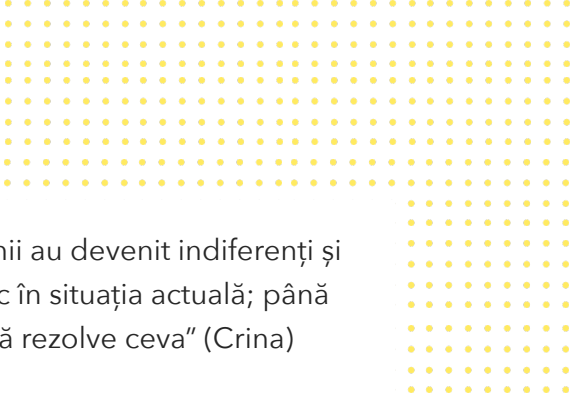
“Nici prietenii mei nu o fac.” (Alina)

“Deocamdată sunt persoane foarte tinere care mă urmăresc, de vârsta mea și 1-2 persoane adulte care ele postează despre activități civice și le apreciez foarte mult. Dar eu încă nu văd de ce aș face pasul ăla sau încă nu văd oportunitatea pentru care aș face pasul ăla. Mi se pare că dacă aș expune (conținut civic) **nu aș avea cui să-l expun**, pentru că sunt persoane tinerii (în cercul ei online) **pe care nu le interesează așa ceva**; pe ei îi interesează meme-uri, cu ce se îmbracă aia, ce s-a mai întâmplat în oraș și cam atât... adică nu le pasă. (întrebată de ce nu își asumă să seteze ea exemplu și să le schimbe interesele - nAV). Niciodată nu am fost genul ăla, de leader și nici nu pot să zic că mi-ar plăcea chestia asta; **eu sunt susținătoare: dacă există un leader, eu mă duc după el** (râde).” (Eva)

Lipsa de interes

Lipsa de angajare apare astfel și pe fondul unei lipse de interes pentru astfel de probleme care apare atât la tinerii intervievați, cât și la cei din grupul lor de prieteni. Uneori cei intervievați clamează că ei personal ar fi interesați de cauze civice dar, dat fiind dezinteresul colegilor, decid să nu facă nimic și să nu se manifeste. Alții, cum sunt Alina și Rodica, sunt pur și simplu dezinteresați de aspectele sociale din jurul lor și își exprimă acest dezinteres (“nu mă interesează de ăstea” este fraza care revine foarte des în discursul Alinei), menținând în schimb legături puternice cu grupul strâns al familiei și al prietenilor apropiați. Întreabă dacă tinerii nu ar avea nevoie de anumite competențe digitale sau cunoștințe specifice pentru a-i face să se implice, Eva și Crina, se referă specific la lipsa de interes a tinerilor, din rândul cărora ele se exclud la nivel discursiv.

“Trebuie și cunoștințe, dar esențial este interesul. Dacă vrei să faci ceva, îl faci... nu iti trebuie nu știi ce competente.” (Eva)



“Sunt foarte greu de motivat tinerii; pentru că oamenii au devenit indiferenți și nu știu cum ar putea fi motivați (...) Tinerii se complac în situația actuală; până să ajungă la cum să rezolve, trebuie să își dorească să rezolve ceva” (Crina)

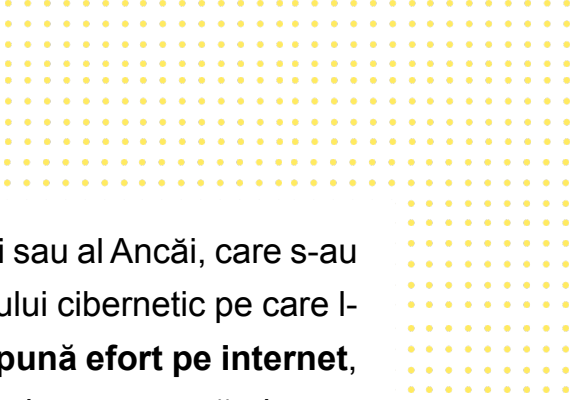
Această lipsă de interes este în paralel cu o promovare intensă a necesității implicării tinerilor, **discurs public cu valențe ideologice a cărei presiune ei o simt și care mai degrabă demonetizează** ideea de implicare decât să îi motiveze pe tineri, așa cum critic reflectează Alina. Crina, pe de altă parte, reia acest discurs ideologizat despre nevoia de implicare a tinerilor (de această dată discursul ei este de tip incluziv), fără să fie deranjată de incoerențele acestuia cu discursul ei anterior în care deplângea complacerea tinerilor.

“**La școală ni se spune că tinerii sunt viitorul, că trebuie să ne implicăm, dar asta nu te motivează**; dacă am vedea un exemplu însă, poate că ne-am simți mai motivați.” (Alina)

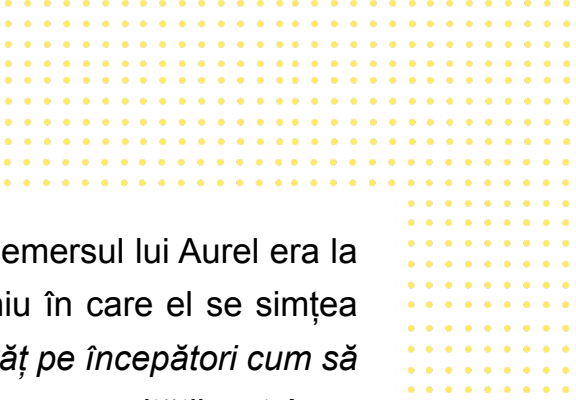
“Da, ar trebui ca tinerii să fie mai implicați. Pentru că **suntem tineri, suntem schimbarea**. Odată ce **noi ne implicăm mai mult în cauze civice, va exista o schimbare și în rândul persoanelor mai în vârstă**.” (Crina)

Viața pe internet și decuplarea de la realitatea înconjurătoare

Aurel și Cezara, pe de altă parte, au o mulțime de interese; ei sunt diferiți sub multe aspecte dar au o trăsătură comună: pentru ambii, viața online este total deconectată de cea offline, iar ei o preferă pe prima (de fapt, au două: ambii trăiesc în mediu rural). Au dificultăți în a se exprima în **română**, folosind de multe ori **termeni și sintagme în engleză**; sunt mai **cuplați la cultura globală a internetului** decât la spațiul public românesc, la societatea românească sau la comunități locale de prieteni (deși ambii menționează că au prieteni, dar cu preocupări foarte diferite de ale lor). Știrile la care se referă ei sunt diferite de știrile din sistemul educațional, la care s-au referit aproape fără excepție ceilalți, fiind despre brokeraj, criptomonede, decizia Curții Supreme din SUA, aceasta din urmă apărând



fără un interes specific feminist, cum era cazul Luizei sau al Ancăi, care s-au referit și ele la acest episod, ci în perspectiva războiului cibernetic pe care l-a declanșat acea decizie. Ambii **sunt dispuși să depună efort pe internet**, (referindu-se la jocuri, ei vorbesc despre “ore în joc”, despre muncă, despre creștere) și creează conținut acolo. Cezara de exemplu a ținut când avea 11-12 ani un vlog pe youtube, pe care ajunsese să strângă cam 25 de clipuri, la care însă a renunțat din cauza bullying-ului care s-a accentuat (deși era pe internet, nu era cyberbullying în sens clasic, dat fiind că îi știa pe agresori care erau dintre vecini și colegi de școală) ea având parte deja de bullying prelungit la școală (declanșat de învățătoare și continuat de colegi). După acest episod alege să exploreze comunități de gaming pe discord, ajungând ulterior în comunități foarte diverse de hackeri, de știință, de conspirații etc., comunități deconectate total de realitatea din jurul ei, comunități în care și-a găsit refugiu. Aurel este și el **adeptul comunităților de interese în defavoarea celor locale**, uneori creând el însuși astfel de comunități pe discord. El nu este anxios, cum se autocaracterizează Cezara, ci foarte hotărât, având o aplecare spre partea antreprenorială și de investiții pe care internetul o poate oferi. Este și el creator de conținut online, având câteva jocuri create pe Roblox, dar și un video-tutorial pentru un joc. Povestea acestui video este relevantă pentru disponibilitatea tinerilor de tipul lui de a se angaja în acțiuni pe internet, dar și pentru a înțelege nevoia imensă de ghidaj și mentorat pe care o are/ au. Dacă Cezara, în încercarea ei de a “ține” un vlog a investit în cantitate și continuitate în detrimentul calității, Aurel și-a setat de la primul (și singurul) video standarde foarte ridicate, pentru care a muncit intens timp de o săptămână, timp în care a învățat să editeze video și audio folosind programe speciale, a căutat materiale, a filmat etc. Apoi, **o frustrare de moment** îl face să renunțe total la acel efort (pentru că, spune el, “*nu am primit atenția dorită la momentul respectiv*”), doar pentru a se investi imediat într-un alt proiect. Niciunul dintre cei doi **nu a fost mânat în demersul său de a crea conținut de dorința abstractă de popularitate**, ci Cezara voia **un loc unde să se exprime în condițiile în care la școală era constant exclusă și marginalizată** (“*eu*

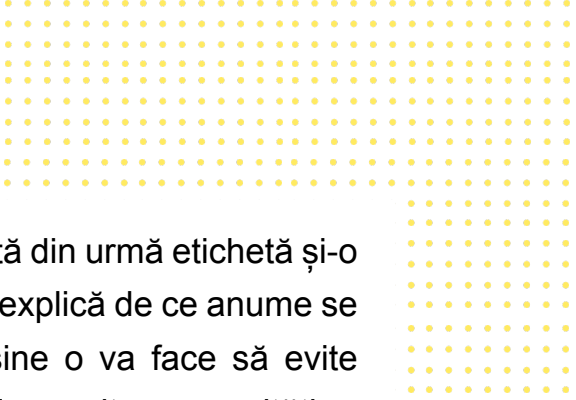


chiar voiam să fac acele videoclipuri!”), în timp ce demersul lui Aurel era la mijloc, între a-i tutora pe alți jucători într-un domeniu în care el se simțea expert – “eram foarte bun la un joc și voiam să îi învăț pe începători cum să îl joace” –, aspirând în același timp și la recunoașterea comunității restrânse de gameri care jucau acel joc. Reflectând asupra acestui episod în cadrul interviului, inițial încearcă să îl justifice în termeni psihologizanți (i.e. “am rezistență mică la frustrare”, spune el) după care propune, ca explicație paralelă, modul în care abordează proiectele noi, și anume de unul singur, prin setarea standardelor ridicate și arderea etapelor, în detrimentul unei creșteri organice.

Cauze psihologice și care țin de personalitate

Nu în ultimul rând, tinerii justifică uneori lipsa lor de activism online printr-o serie de trăsături de caracter sau factori psihologici. Menționăm că acestea nu sunt judecați ale cercetătorului, ci doar redăm aceste motivații așa cum au fost menționate de către ei, fără a comenta validitatea respectivelor diagnoze sau relevanța pentru lipsa de activism. Destul că tinerii se simt limitați de acești factori. Astfel, de exemplu, Eva menționează de multe ori că este timidă temătoare, cu o viață neinteresantă și neîncredătoare în ea însăși, aceste trăsături care, spune ea, că o caracterizează făcând-o să își limiteze mult activitatea în online. Timiditatea, teama și neîncrederea în sine apar menționate și de Matei ca factori care îi inhibă eventuala dorință de a fi activ online.

“Aș putea să postez mult mai multe lucruri, dar **mă abțin**. Din cauza timidității de care ziceam și pe care nu pot să o depășesc. Dar în același timp nu găsesc un motiv pentru care aș depăși-o. Pentru că, ca să o depășesc, îmi trebuie ceva mai de impact. Ceva, să spun wow, ceva mai de impact. Adică sunt o persoană care alege lucrurile, nu postează așa, orice. Văd unele persoane, **ce interesant postează, că s-au dus într-o țară anume. Și eu stau aici, de ce aș posta, pe cine ar interesa?”** (Eva)



Cezara, se consideră anxioasă și antisocială; această din urmă etichetă și-o pune râzând, dar după aceea, pe un ton mai serios, explică de ce anume se consideră așa și de ce această imagine despre sine o va face să evite anumite interacțiuni sociale și să prefere anonimatul anumitor comunități.

“Mie îmi e frică de viitor. Este exact definiția anxietății. Pentru că tu nu poți să trăiești în viața de zi de zi fără să îți pui nu știu câte întrebări sau să îți crezi nu știu câte povești în cap despre ce ți se poate întâmpla astăzi. (...) (răspunzând la întrebarea de ce, dacă consideră că încă nu are o voce suficient de puternică, nu încearcă să se alătore altora - n AV) **Sunt prea antisocială ca să ajung la punctul ăla (râde).** Nu pot să țin legături, nu voi fi niciodată prima care să înceapă o discuție și **nici nu pot să vorbesc cu cineva dacă nu avem subiecte comune de interes.**” (Cezara)

Nu toți tinerii vorbesc despre trăsături de personalitate inhibatoare. Aurel, de exemplu, spune despre el că are o personalitate obsesivă care îl face să fie superactiv pe o problemă, atâta timp cât reprezintă o provocare pentru el. Odată ce înțelege sau devine bun la o anumită chestie, își pierde și interesul. Această lipsă de stabilitate în interesele lui este justificată tot de el și prin demersul autodidact pe care îl are, demers în care încearcă să ardă etape din care rezultă goluri în fundație.

“Eu am o personalitate destul de **obsesivă**. Dacă mă interesează ceva, probabil mă veți găsi în sistem 10 ore încontinuu încercând să devin mai bun la lucrul ăla. Și a doua zi la fel, **până devin cu adevărat bun la lucrul ăla și apoi încep să nu mai fiu activ** în chestia aia. (...) **Mă frustrer ușor. Adică încerc să învăț chestii grele,** probabil ceva ce nu e recomandat, și pentru că nu pot să înființez un proiect, **pentru că nu învăț lucruri elementare, mă frustrer și renunț.**” (Aurel)



FOLOSIREA INTERNETULUI ÎN IMPLICAREA CIVICĂ

STRATEGII ȘI INSTRUMENTE DE IMPLICARE CIVICĂ ONLINE

Folosirea pentru comunicare

Toți cei implicați civic folosesc în primul rând internetul pentru **comunicarea activităților curente ale organizației**. Pentru aceasta în general se folosesc Instagramul (pentru colegi și tinerii din vârsta lor) și Facebook-ul (pentru audiență adultă).

De cele mai multe ori, comunicarea organizațiilor este destul de **elaborată**, cu ședințe de redacție în care sunt implicați toți membrii din conducere și se propun teme, se distribuie sarcinile pe fiecare temă, se corectează textele și informațiile (așa cum menționează Luiza), alteori există un birou de presă la nivelul organizației care preia sarcina de a elabora materialele de comunicare (Darius). Alteori, mai ales în structuri la nivel local, comunicarea organizației este **asumată de către o singură persoană** (Anca), deși acces la contul oficial al organizației au mai multe persoane. Pentru angajarea cu publicul lor prin răspunsul la comentarii, lucrurile sunt mai puțin stricte în termeni de coordonare, răspunzând cine are timp (Darius). Odată postat

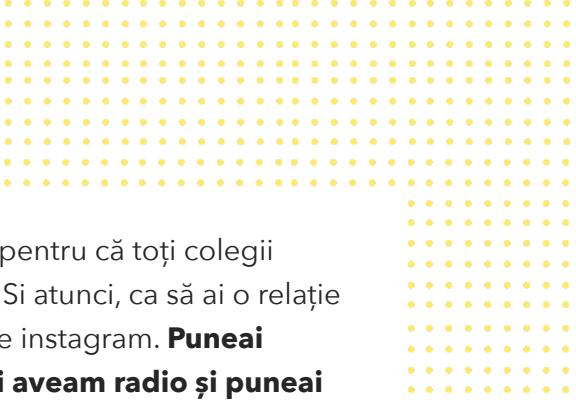
ceva pe contul asociației, cu toții vor **distribui pe conturile lor private**, motiv pentru care cei mai mulți le păstrează publice.

Alte platforme fie au fost încercate dar au fost repede abandonate, fie se află în faza de explorare. Spre exemplu, Luiza povestește că au încercat, cu organizația lor, să posteze și pe Twitter, dar au renunțat deoarece publicul lor este unul românesc care nu e pe Twitter. Pe de altă parte, **folosirea TikTok-ului pentru promovarea organizației este încă limitată**, fiind în fază incipientă, deși **cu toții recunosc potențialul acestei platforme** (*“pentru că foarte mulți tineri din ziua de azi îl folosesc”*). Totuși există două mențiuni de acest fel, într-un caz fiind promovată o activitate non-ordinară, cu scop informativ (caravana consiliului județean al elevilor, care se întâmplă o dată pe an, este menționată de Darius), iar în al doilea caz fiind promovată o acțiune curentă, scopul fiind mai degrabă de a umaniza organizația (ședința consiliului executiv al organizației, Dragoș).

“Am făcut un TikTok cu o zi din viața consiliului executiv. Cum facem ședința, când mâncăm, când bem apă.... Ca să le arătăm elevilor cum ne desfășurăm activitatea.” (Dragoș)

Folosirea internetului pentru **comunicarea inversă, dinspre public spre organizație**, apare și ea menționată în numeroase cazuri. De cele mai multe ori este vorba despre consultarea pe o problemă specifică, cum a fost cazul în care a trebuit să se decidă la nivel de județ când exact va fi stabilită vacanța din luna februarie și a fost propusă de către reprezentantul elevilor varianta consultării directe a tuturor părților implicate – elevi, profesori și părinți. În astfel de cazuri este preferată folosirea Google Forms.

Pe lângă această formă de consultare care apare frecvent menționată, două practici se diferențiază. Prima este de remarcat pentru inovativitatea în folosirea posibilităților platformei și grija pentru **folosirea instrumentelor prietenoase cu tinerii în variantă cât mai atractivă** pentru a le oferi tinerilor o voce și o platformă de exprimare.



“Eram foarte interesați de cum arătam pe instagram pentru că toți colegii noștri erau pe instagram pe care îl preferau FB-ului. Si atunci, ca să ai o relație mai ok cu colegii, să comunicați mai ușor, se făcea pe instagram. **Puneai stickere în care ei îți lăsaus problemele lor; sau noi aveam radio și puneai dedicații pentru radio.** Sau, când a fost pandemia, ăla a fost principalul motor pentru a transmite informația către ei, pe lângă grupurile de whatsapp care erau doar cu reprezentanții claselor. Sau **făceam chestionare si puneam linkul pe Insta.** Si ei completau chestionarul.” (Anca)

Al doilea exemplu este **Sistemul județean de urgență al elevului**, un sistem gândit și implementat de Tudor, care consta într-un formular online pe care îl verificau el și un alt coleg responsabil (“dimineata, la prânz și seara”, după cum spune) și în care elevii le puteau sesiza abuzuri. Acest sistem vorbește despre nevoia de dezvoltare a unui instrument dedicat, un canal sigur, în care **tinerii să aibă încredere, și prin care să poată să raporteze cazuri de abuz** sau probleme sensibile. Deși acest demers pentru colectarea problemelor sensibile nu este singular, apărând această practică și în alte interviuri, unde procesul avea loc în general prin chat privat pe Whatsapp sau prin mail, acest proiect se evidențiază prin abordarea de tip ‘capacity building’ (**instrument specific pentru raportare**). Din păcate, din cauza pandemiei, proiectul nu a avut parte de vizibilitatea dorită (nu au putut face evenimentele de lansare pe care și le doreau, subiectul fiind îngropat de intrarea în carantină a localității de la acel moment) și în cele două luni de funcționare au existat foarte puține astfel de sesizări.

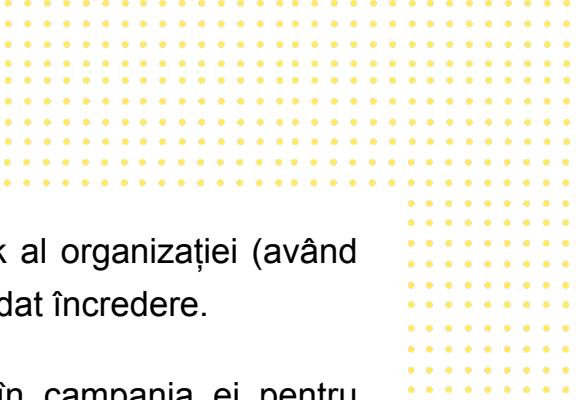
Odată cu plecarea lui Tudor din organizație sistemul s-a închis. Această **vremelnicie** a proiectelor inițiate de tineri în organizații în care calitatea de membru este dată de un statut limitat în timp (a avea sub 18 ani sau a fi elev de liceu) este conștientizată cu amar de unii tineri care **își văd proiectele abandonate sau destructurate** odată ce ei părăsesc organizația sau părăsesc funcția de conducere (este și cazul Ancăi care povestește cum proiectele ei de susținere a comunității LGBTQ din școală au fost abandonate de noua conducere care nu voia să deran

Folosirea în cadrul unor campanii

Aceleași platforme sunt folosite uneori, tot în scop comunicațional, dar nu pentru asigurarea vizibilității organizației în activitățile ei curente, ci **pentru susținerea unei cauze specifice, ca parte a unei campanii orchestrate**, cum ar fi campania contra abuzurilor sexuale în școli (Luiza) sau pentru drepturile persoanelor LGBTQ (Anca). Acest tip de campanii pot să rămână doar în online sau să îmbine folosirea online-ului cu activități în offline și de obicei implică un efort mai mare în crearea conținutului (pot implica testimoniale, infografice, dezbateri). Fiind de cele mai multe ori pe **subiecte sensibile** (de asta se și simte nevoia unei întregi campanii de conștientizare și promovare și nu doar a unor postări sporadice), aceste campanii **generează reacții negative online** pe care inițiatorii campaniei trebuie să le gestioneze, reacții care pot merge până la spargerea contului și **deturnarea mesajului campaniei**.

“Postasem despre drepturilor persoanelor LGBTQ și un coleg a fost foarte deranjat și ne-a spart contul și a dat delete la mai multe postări ale noastre, inclusiv despre violență domestică și violență sexuală și a postat în schimb poze cu biserici și mesaje că ne lepădăm de satana” (Anca)

Există și **campanii de informare** care pot fi non-controversate. Acestea **nu urmăresc neapărat o schimbare de atitudine și comportament în rândurile publicului, ci au ca scop informarea despre un anumit subiect**. Internetul, este folosit și în acest caz, dar pentru a capta atenția și a face ca mesajul să ajungă la tineri sunt căutate strategii sau platforme noi. Un exemplu de succes în acest sens este povestit de Darius, și se referă la un videoclip făcut de două dintre colegele lui în care acestea promovau drepturile elevilor într-o manieră dinamică, cu o melodie pe fundal, drepturile elevilor. Videoclipul, încărcat pe TikTok (conceput și editat în stilul respectiv), a strâns peste 52000 de vizualizări (spre comparație, un alt videoclip cu prezentarea unei acțiuni a organizației a strâns doar 6000 de vizualizări) și a generat angajare a publicului (e.g. întrebări, comentarii,



aprecieri). Deși de abia lansaseră contul de TikTok al organizației (având doar vreo cinci videoclipuri postate), acest succes le-a dat încredere.


Un exemplu opus este oferit de Ștefania care, în campania ei pentru proiectul Universal Citizens **vrea să folosească TikTok-ul**, platformă pe care își creează cu această ocazie cont, **dar eșuează** glorios descoperind la final, frustrată că nu are vizionări, că are contul setat pe privat (totuși campania ca atare a reprezentat un succes, cu peste 50000 de vizualizări pe Instagram). Rămâne cu contul pe TikTok pe care însă îl folosește în continuare doar în viața privată.

Folosirea internetului pentru informarea celorlalți tineri

Așa cum am menționat mai sus, interesul pentru actualitatea internă și internațională și pentru știri ca produs de informare despre acestea apar la toți tinerii implicați. Dar doar câțiva dintre ei își fac o ‘misiune’ de a îi informa pe ceilalți tineri despre aceste știri, unii dintre ei alegând să o facă direct – cum este Dragoș care spune că povestește tot timpul colegilor și prietenilor despre ce s-a întâmplat în lume, dar o face doar față în față – sau prin intermediul platformelor de media sociale.

Doi tineri din eșantionul nostru, Anca și Răzvan, sunt implicați în astfel de activități pe cont propriu și/ sau ca voluntari în redacția unui ziar online dedicat tinerilor. Anca a început acest tip de activitate anterior apariției respectivei redacții când, mai mult în joacă, a făcut de câteva ori revista presei săptămânale pe problemele ei de interes, ‘traduse’ într-un limbaj pe înțelesul colegilor de aceeași vârstă sau mai mici. Când a văzut interesul pe care l-a stârnit, a continuat, devenind un reper în comunitatea ea. Își recunoaște subiectivitatea în selectarea știrilor pe care ulterior le prelucrează și le postează pe contul ei de Instagram.

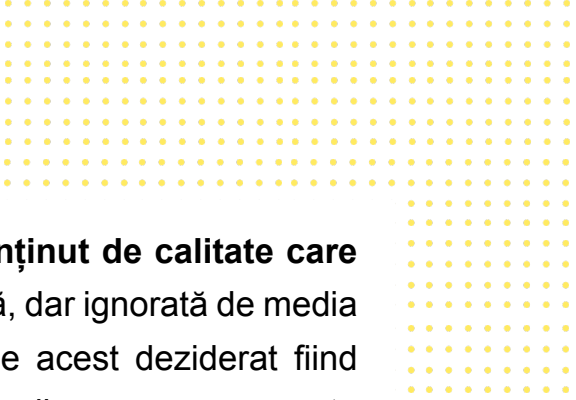
”Asta s-a întâmplat săptămâna asta și dau titlurile importante pentru mine și activismul meu. Practic **le traduc ce se întâmplă în viața lor**; că e vorba de ce



a zis Ministrul Educației, că e vorba de comunitatea LGBTQ, asta fac. **Le spun ceea ce mie mi-ar fi plăcut să știu când eram la vârsta lor dar nu era cine să mi le explice.** Nu am vrut în mod programatic să fac asta, să am rolul media sau mai știu eu ce. Am făcut o dată și au fost unii care mi-au spus să mai fac că le place. Și apoi erau de genul: **nu e nimic dacă nu te-ai uitat la TV, intră la Anca pe story că le explică mai bine.** Mie îmi plăcea oricum și dacă era și ceva util, nu pot decât să mă bucur”.

Pe lângă aceasta revistă a presei săptămânale, Anca mai postează câteodată pe contul ei de Instagram analize pe anumite subiecte de interes pentru ea unde, din nou, se bazează pe mult material din media, dar pe care îl coroborează cu informații de pe site-urile oficiale ale anumitor instituții sau de pe conturile de social media ale unor persoane publice. Aceste dosare tematice, pe care ea le numește Call to action, implică o parte importantă de cercetare și sunt foarte apropiate de jurnalismul de investigație (doar că, mărturisește ea, munca pe care o face este de birou) și are ca scop demascarea / expunerea (de ex., în contextul votului Curții Supreme de Justiție a SUA pe problema dreptului la avort și a declarațiilor din partea oficialilor europeni pe subiectul acesta, ea a creat un astfel de dosar pentru a arăta cum a votat Roberta Metsola (președinta Parlamentului European) “pe partea de avort”. Face, așa cum spune ea, un fel de “factual” (cu referire la platforma de știri factual.ro), “doar că fără presiunea de a posta periodic sau fără agendă impusă; este doar despre ceea ce descopăr eu”.

Spre deosebire de Anca, Răzvan are un **demers programatic de a traduce știrile pe înțelesul tinerilor**, considerând-o cea mai bună soluție de **luptă împotriva dezinformării** și a ideilor conspiraționiste despre care știe, bazându-se pe propria experiență, dar nu numai, că pot “prinde” foarte bine printre tineri. În timp ce, în acțiunile ei de informare a tinerilor, Anca **este ghidată de interesul ei** pentru anumite probleme specifice, Răzvan dezvoltă argumente complexe pentru a justifica **nevoia de informare în toate domeniile**, dar și ce înseamnă să informezi, cum anume trebuie adaptat mesajul, care sunt urmările lipsei de informare etc. Mai exact, argumentul lui este acela că tinerii din România nu găsesc pe platformele



de media sociale, **într-un limbaj accesibil lor, conținut de calitate care să le satisfacă nevoia de informare** (o nevoie reală, dar ignorată de media mainstream), singurul care se apropie oarecum de acest deziderat fiind conținutul din sfera **conspiraționismului**, la care tinerii au acces pe aceste platforme, care are atât latura informativă, cât și accesibilitatea la nivel de limbaj. Este astfel foarte pornit împotriva unor explicații “cu iz de înțelepciune, cum ar fi că o minciună face înconjurul globului în timp ce adevărul a făcut doar un pas” cu care se justifică răspândirea ideilor conspiraționiste, într-o manieră defetistă și resemnată, propunând acțiuni în schimb, și nu acțiuni reactivă, de tipul demascării și deconstrucției unor idei conspiraționiste deja în circulație, ci o acțiune preventivă care înseamnă oferirea de informații de calitate, într-un limbaj și într-o formă atractivă și accesibilă.

“E un mare bulshit. Dacă adevărul ăla era **spus pe limba oamenilor**, făcea și el înconjurul globului. E mult mai ușor să justifici victoria celorlalți decât propria înfrângere. **Cei care dezinformează, o fac pe limba oamenilor. Îți dă sentimentul de apartenență la comunitate**, îți oferă un **sentiment special că tu deții adevărul**, că numai tu și încă câțiva. Pe lângă sentimentul de comunitate și limbajul foarte simplu, e și regularitatea cu care postează și domeniile foarte diverse în care postează. Nu o să vezi doar despre conspirații, ci despre conspirații si mâncare, si familii, încearcă să facă un pachet media. Acolo nu avem un digi24, ci un protv.”

În aceste condiții, la fel ca și Anca, Răzvan este voluntar la un canal de știri care funcționează pe platformele de media sociale (inclusiv pe TikTok, considerând că acesta este canalul tinerilor și că “*este o lipsă crasă de content de calitate în română pe tiktok*”), care își propune traducerea știrilor pe înțelesul tinerilor. Ambii menționează că acest demers este necesar, dar și provocator și dificil:

“Uneori e foarte dificil să scrii acolo, că **trebuie să te exprimi pe înțelesul tinerilor**: e foarte mult de explicat. Nu poți să folosești cuvântul ‘amendament’, ci trebui să îl explici. Și deci **trebuie să știi foarte bine subiectul** ăla ca să poți să îl explici unui tânăr de 16-18 ani” (Anca)

Adaptarea canalului și a modului de transmitere a mesajului la audiență

Ideea de mai sus, a adaptării formulării mesajului și a canalului la audiență apare frecvent în discursul și a altor activiști. Luiza de exemplu, este conștientă de cât de bine este primit un mesaj pe TikTok de către publicul asociației, dar pe de altă parte mărturisește că nu știe să adapteze mesajele lor acestei platforme și i se pare că ar risca să trivializeze subiectul dacă această adaptare nu este făcută bine (recunoscând nevoia unor cursuri de formare și manifestându-și deschiderea de a învăța despre aceste aspecte). Darius și Dragoș povestesc despre modul în care folosesc platformele în funcție de audiența vizată (Facebook pentru adulți, Instagram sau TikTok pentru tineri).

Câteva practici specifice pe care le vom detalia mai jos ne-au atras atenția, **nu prin consensul** pe care l-ar fi generat printre subiecții intervievați, ci, din contră, prin **opiniile divergente** care însă trădează preocuparea tuturor pentru subiect și modul în care, practici diferite pot să aibă la bază țeluri comune, un argument pentru **respingerea ideii de “rețetar”** (dar și nevoia de reflecție asupra folosirii strategice a platformelor de media sociale).

Publicate ca postare sau ca story?

“Post sau story?” este dilema cu care se confruntă tinerii atunci când sunt activi online, indiferent dacă sunt sau nu implicați în cauze civice. **Normele sociale la nivelul grupului de vârstă legate de ce merită să postezi** (de exemplu, Eva explică cum nu poți publica activități banale, zilnice, ca post, ci trebuie să fie ceva memorabil, care merită să rămână acolo; la story, pe de altă parte, dat fiind că durează doar o zi, este așteptat un mesaj sub semnul efemerului, al spontaneității, spontaneitate pregătită și mimată cu succes de multe ori), **durabilitatea mesajului în cele două forme de publicare, comoditatea de a publica sub o formă sau alta chiar și faptul că vizibilitatea pentru ceilalți a mesajelor diferă în funcție de modul de publicare** (algoritmii care decid vizibilitatea sunt diferiți, după spusele unui

subiect), toate acestea sunt variabile în funcție de care tinerii decid cum să publice pe internet.

Pe lângă aceste considerente, la tinerii implicați în cauze civice intervine și dimensiunea strategică a publicului pe care urmăresc în mod activ să îl atingă, precum și concepția și crezul lor despre activismul pe care îl practică. Astfel, sunt puse în practică adevărate strategii în care anumite variabile capătă o mai mare pondere decât altele (e.g. algoritmi) și în care sunt folosite anumite opțiuni pentru contracararea unor inconveniențe (e.g. folosirea opțiunii de Highlight care asigură durabilitatea acestor story-uri).

“**Pe story e mai ușor;** ca să postezi pe **feed** ar trebui să te preocupe mai mult forma, să-l faci mai frumos ca algoritmul să îl puna oamenilor în față; așa consuma prea mult timp. Așa, pun pe story și folosesc **highlight**-ul și conținutul rămâne acolo cât vreau eu. Și când vreau să distribu ceva, e mai ușor pe story. Am găsit postarea lui nenea asta, îi dai share pe story și scrii deasupra de ce e relevantă pentru tine”. (Anca)

În același timp însă, Răzvan consideră că Facebook-ul are durabilitate și se potrivește mai mult activismului decât Instagramul care este mult mai trecător (mai ales prin story-uri).

Cât de des să postezi / frecvența postărilor

Din nou, mai mulți factori sunt luați în considerare pentru a decide cât de des trebuie să postezi pentru a-ți ține audiența, care așteaptă în mod regulat conținutul tău, angajată, dar a avea grijă și să nu o plictisești, a spune ce ai de spus de fiecare dată, dar a păstra și o balanță în ceea ce privește viața privată. Dragoș și Răzvan pledează pentru a păstra măsura, deși nu este clar cine stabilește care este măsura și, mai ales dacă toată lumea, la orice moment are aceeași măsură. Indubitabil însă există conștientizarea acestui aspect și preocuparea pentru el, chiar dacă practicile ca atare diferă.

“Postez o dată la 2-3 zile. Dacă postez mult prea des, pentru unii poate deveni plictisitor sau chiar enervant; dar și să scadă mai jos și să nu mai fiu prezent în

viața socială, în viața digitală, nu e ok pentru că trebuie să îți exprimi părerile. Dar nici prea mult, nici prea puțin.” (Dragoș)

”Am dat unfriend la o grămadă de lume care făcea posting; și eu făceam posting dar mă asiguram că e la un nivel decent, că nu îți umplu pagina cu postările mele; postam de 2-3 ori pe zi maxim; mai răuț că-i mai drăguț” (Răzvan)

Trebuie avut în vedere însă că există **momente speciale – în care au loc anumite campanii**, fie de informare și schimbare de atitudine, cum menționează Luiza, sau generate de un eveniment anume, cum au fost negocierile pentru schimbarea regulamentelor și a legilor privind acordarea burselor elevilor, menționat de Dragoș, Darius și Tudor – în care **nivelul de comunicare pe platformele de media sociale crește brusc**, trebuind să posteze mult mai mult, să comenteze și să răspundă la comentarii.

Ajustarea continuă a mesajului

Pentru cei pentru care activismul civic are loc mai ales în online, ajustarea continuă a mesajului este cuvântul cheie. Tot Răzvan povestește cum, în cadrul redacției din care face parte, odată cu prelungirea războiului din Ucraina, au decis schimbarea formatului în care acoperă acest eveniment (lucru pe care, alte platforme de știri nu l-au făcut, continuând cu o numărătoare zilnică de tipul “războiul din Ucraina, ziua 180”). După ce timp de o lună și jumătate au avut știri zilnice pe care le păstrau la “Repere” (pentru durabilitate), au decis să facă o pastilă de un minut și jumătate pe săptămână în care să prezinte noutățile din război, în acest mod asigurându-și o audiență mai mare. Decizia schimbării a fost astfel una strategică, de **ajustare în timp real la așteptările audienței**, în termeni de cum să comunice mai eficient.

”Noi postam pe story-uri și ne-am dat seama că nu ajunge la multă lume. Era un content mai nișat și maxim 2500 de oameni se uitau pe story-uri și **ne-am dat seama că nu are relevanță să fie așa de elaborat dacă nu ajunge la oameni. Și am decis că e mai important să ajungă la mai mulți oameni, un**



continut de calitate, sintetizat decât să fie ca o revistă foarte elaborată dar pe care o citesc trei inși. Și primul update pus pe tiktok a avut 12500-13k de vizualizări.” (Răzvan)

Tehnici de discurs

Dincolo de exprimare, tinerii implicați în mediul online vor să aibă un impact. Ei vor ca ceea ce au de spus să fie auzit, să creeze angajament și, de dorit, să ajute procesul de schimbare. În acest sens, unii dintre ei se referă la folosirea anumitor tehnici retorice / de discurs care să asigure mesajului lor forma necesară pentru a crea impactul dorit. Această folosire însă nu vine dintr-o dată, ci este învățată pe parcurs, uneori într-un mod formal, ca parte a unor training-uri dedicate, alteori informal, în urma discuțiilor cu colegii mai mari. Din primul grup Tudor povestește experiența pe care a avut-o în Boardul Copiilor, o experiență formatoare pentru el, care a cuprins cursuri de formare în public speaking, media literacy etc.

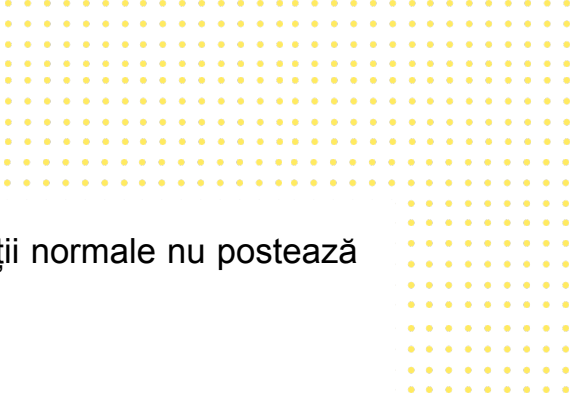
Din cel de-al doilea grup, Răzvan învață lucrurile pe parcurs, de la colegii mai mari din ONG-ul unde activa, tineri și ei, dar nu copii. El detaliază câteva chestiuni specifice pe care le-a învățat care au dus la schimbarea modului de exprimare pe internet.

Retorica postărilor: balanța între a fi critic și a fi constructiv

“La început eram foarte cinic în postările mele și eram doar în retorica ‘vai, ce rău îi!’; dar nu era nimic constructiv; și atunci cineva mi-a spus că termin cu critica asta și să postez în așa fel încât să se vadă că e și o rază de speranță la final.” (Răzvan)

Negocierea tonului în online

Cu timpul a înțeles că tonul trebuie să fie mai informal și mai prietenos, că, chiar dacă tratezi subiecte serioase, spuse într-o formă *“funny și nu foarte rigidă”* (Răzvan) au un potențial mai mare să pătrundă la audiențe și că a posta din când în când o glumă sau o memă bine alese, departe de a sabota mesajul, poate să îl ajute (la un astfel de meme postat la începutul mesajului



a primit peste 4000 de likes, este drept că în condiții normale nu postează meme).

Meme-urile și potențialul lor în activism

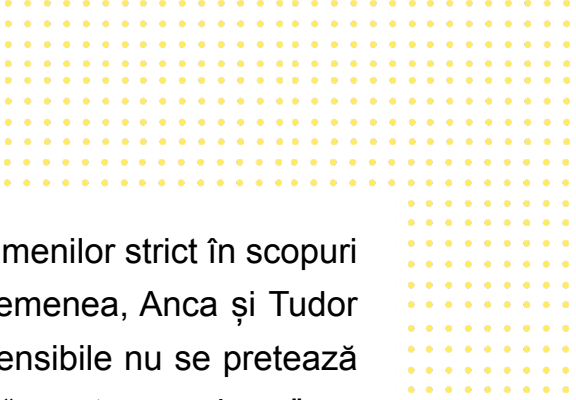
Dat fiind interesul specific al proiectului pentru promovarea cetățeniei active în forme mai puțin rigide și mai prietenoase pentru tineri, subiecții intervievați au fost rugați să se refere în mod specific la meme-uri? Folosesc acest tip de conținuturi în comunicarea lor? Le creează? Care este părerea lor despre potențialul de transmitere a unor mesaje civice pe care îl au aceste forme de expresie.

Nesurprinzător, aproape toți tinerii intervievați s-au declarat consumatori de meme-uri, unii într-un mod mai degrabă pasiv (fiind expuși la ele în postări publice sau în mesajele prietenilor), alții angajându-se în mod activ cu ele: urmărind subreddit-uri dedicate, salvând meme-uri preferate pentru folosirea ulterioară în cadrul unor conversații, postând public astfel de conținuturi și, cel mai rar (e.g., Gabriel și Tudor), creându-le.

De asemenea, majoritatea au recunoscut potențialul de a transmite mesaje civice al acestei forme de exprimare, unii accentuând pe angajamentul emoțional pe care îl suscită și care determină remanența mesajului (*“oamenii râd și mai rămâne ceva acolo”* - Darius), alții pe recognoscibilitatea acestora care îi fac pe oameni mult mai deschiși mesajului (*“Cred că în franceză înseamnă imitație și ideea e să iei o idee și să o transpui în ceva ușor de recunoscut.”* - Răzvan)

“Când e ceva amuzant, ceva ce pare superficial, oamenii sunt dispuși să citească mai mult decât atunci când e prezentată o informație într-un mod serios, care pentru unii e plictisitor.” (Crina)

Totuși, în ciuda acestui acord de principiu, unii dintre ei reflectează critic cu privire la folosirea de facto (ca opus potențialului pe care îl au) al meme-urilor. Astfel, Aurel atrage atenția că în ciuda faptului că pot transmite



mesaje civice, în fapt sunt folosite de majoritatea oamenilor strict în scopuri de entertainment (fapt confirmat de ceilalți). De asemenea, Anca și Tudor atrag atenția asupra faptului că anumite subiecte sensibile nu se pretează acestei forme de expresie (e.g. holocaustul sau “moartea unui om” cu referire la mișcarea Black Lives Matter) și că, la fel cum se întâmplă cu satira și caricatura (alte forme de expresie bazate pe umor și folosite în spațiul public / cu potențial de interpelare), și meme-urile pot să abuzeze o cauză socială în loc să o susțină.

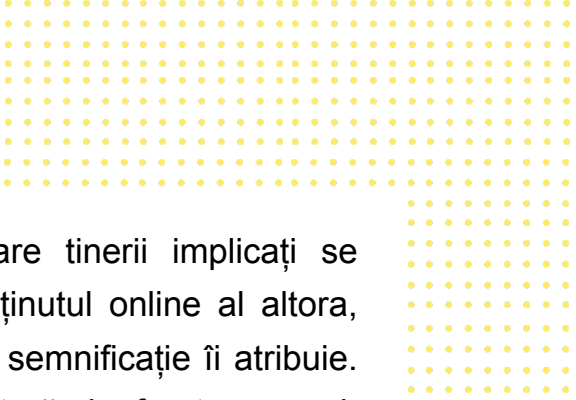
Negocierea “vocii” de copil / tânăr într-o lume a adulților

Preocuparea de **a fi luați în serios de către adulți** apare de mai multe ori menționată în interviuri, fiind considerată una dintre provocările majore ale activismului din postura de copil (vezi și mai jos, secțiunea Provocări). În fața acestei provocări, mulți dintre tinerii implicați civic adoptă voit o postură și o tonalitate a discursului specifice adulților care însă îi îndepărtează de publicul lor, tinerii.

“A fost o perioadă în care voiam să par adult. Si cei de la Forum, obviously, mi-au spus: ‘măi, ești tânăr și ar merita să spui chestiile smart, pe care vrei să le spui, pe limba tinerilor. Oamenii te iau în serios chiar dacă ai vârsta pe care o ai.” (Răzvan)

Angajarea în scop civic cu conținutul altora

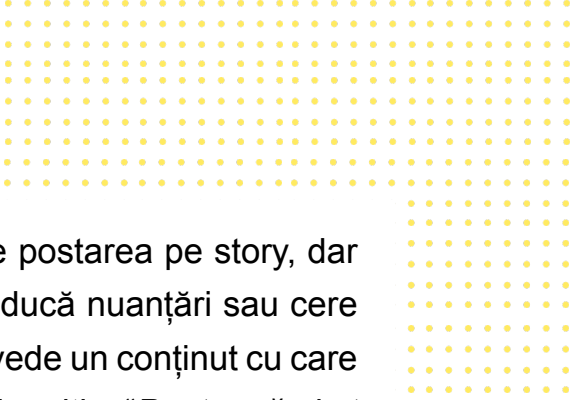
Internetul este o comunitate în care, pe lângă exprimarea ideilor proprii (sau ale asociației) poți să intri în interacțiune cu ceilalți prin raportarea la mesajele celorlalți și angajarea activă cu ele (prin distribuire, comentare, like sau alte emoticoane / forme de apreciere. Departate de a fi un proces simplu și direct în care tinerii (atât cei implicați, cât și cei neimplicați civic) se angajează strict cu conținutul, și de această dată o întregă suită de factori psihologici, norme sociale, norme organizaționale, factori de timp și credințe proprii joacă un rol în a se angaja sau nu în aceste practici.



Vom analiza în continuare doar modurile în care tinerii implicați se raportează, ca parte a implicării lor civice, la conținutul online al altora, încercând să vedem de ce o fac, când o fac și ce semnificație îi atribuie. Prima observație ar fi că nu vom găsi o abordare unitară, dar foarte general, putem să împărțim în trei grupuri mari. Prima categorie (Darius fiind un exemplu al acestei categorii) ar fi a celor care, **dincolo de comunicarea propriei organizații** (distribuind mesajele acesteia de fiecare dată pe contul propriu de pe platformele de media sociale), **nu se angajează aproape deloc cu conținuturile altora**. Acest lucru se datorează fie faptului că nu doresc să genereze conflict sau discuții, fie pentru că le este teamă că exprimarea oricărei forme de apreciere ar fi interpretată ca susținere a unei cauze sau partid politic, susținere pe care nu ar trebui să o aibă, conform regulamentelor organizațiilor din care fac parte.

A doua categorie (reprezentată de exemplu de Dragoș) este a celor care se angajează doar cu conținuturile cu care sunt de acord și pe care le promovează prin like sau distribuie, dar nu și cu cele care exprimă o opinie divergentă de a lor, din nou, teama unei discuții online care poate degenera în conflict jucând un rol semnificativ în această decizie. Deși afirmă că nu îi este teamă de astfel de discuții și poate să își susțină opiniile, Dragoș spune că preferă să le aibă față în față cu persoana, internetul fiind considerat un spațiu în care dezacordul se transformă prea repede în conflict susținut agresiv.

A treia categorie este a celor care semnalează, care ridică, de fiecare dată când consideră necesar, steagul roșu și se angajează mai ales cu conținut cu care nu sunt de acord. Anca și Luiza sunt asemănătoare în modul în care se angajează cu conținuturile altora: ambele, dacă apreciază foarte mult o postare sau un articol sau acel conținut exprimă exact punctul lor de vedere, dau like sau distribuie pe story fără niciun comentariu adiacent respectiva postare (sau, cum spune Luiza, *“fără să mă angajez emoțional”*). În schimb, investesc mai mult efort de timp și emoțional în a reacționa la articole sau postări atunci când nu sunt de acord cu ideile exprimate sau simt nevoia de



nuanțări în subiect. În aceste cazuri, Anca distribuie postarea pe story, dar aduce și supra-interpretarea ei, dacă e menită să aducă nuanțări sau cere lămuriri dacă e în dezacord. La fel face Luiza, **când** vede un conținut cu care nu e de acord, îl pune pe story și scrie un comentariu critic. *“Pentru că simt nevoia să demontez anumite prejudicii pe care le creează acea postare”*.

Răzvan și Tudor sunt și ei în această categorie, dar sunt mai zgârciți în a-și exprima aprecierea (Tudor de exemplu spune că uită să “dea” like), distribuind și comentând articole cu care sunt de acord doar atunci când pot să aducă o informație în plus la ceea ce este deja spus în acele articole (în termenii lui Răzvan, să ofere context respectivei știri / postări). Timpul (sau lipsa lui) este un alt factor care îi face să-și limiteze practicile de angajare cu conținuturile altora, dar există și factori care țin de înțelegerea economiei platformei și dorința unei participări cu sens și nu doar cu gratificații facile de confirmare.

“Dar nu comentez niciodată ca să dau dreptate. Niciodată. **Se face un eco chamber de mama focului acolo**. Si nu e ok. Maxim dau ador dacă îmi place foarte mult o postare. În rest o țin pe like-uri. Dacă apreciez postarea, dau like. Câteodată, nici nu dau like, chiar dacă îmi place postarea.” (Răzvan)

Dacă Luiza era interesată să **demonteze ideile** pe care ea le percepe ca **greșite**, demersul lui Răzvan are uneori o **dimensiune educativă**, vrând să atragă atenția și să corecteze ceea ce percepe că nu este o opinie corectă, mai ales la persoanele la care ține (este posibil ca această atitudine să își aibă motivația în propriul lui parcurs, mai exact în episodul de radicalizare din care a reușit să iasă cu ajutorul sfaturilor și atenționărilor venite din partea prietenilor).

“Dacă țin la o persoană și văd că comentează aiurea, îi vor atrage atenția; nu o să las să treacă o postare de genul asta fără un disclaimer de-al meu în comentarii. În general **comentez în liga mea**, la tineri, dar dacă e o postare a unei persoane importante, un sociolog sau un economist unde pot să **ofer context sau o informație** pe o anumită temă, atunci comentez.” (Răzvan)


Folosirea dedicată a unor platforme pentru networking

Tinerii implicați civic cu care am vorbit au de asemenea o abordare proactivă pentru dezvoltarea rețelei profesionale (networking). Dacă cei neangajați civic judecau platformele de multe ori în termeni generaționali și alegeau să se țină departe de “platforma adulților” (adică Facebook), cei implicați în activism, deși recunosc că prietenii și colegii lor folosesc mai mult Instagram și TikTok, aleg conștient să folosească activ Facebook și alte platforme unde pot întâlni adulții, nu doar pentru a-i implica ca audiență a mesajului asociației / a lor, ci pentru a își dezvolta rețeaua profesională. Astfel Anca folosește LinkedIn-ul – posibil și ca urmare a modelului matern care nu are cont decât pe această platformă “unde își trăiește viața” – și Facebook-ul pentru networking, platformă apreciată de mulți ca fiind mai profesională decât Instagram-ul, pe care îl țin pentru folosire privată.

“De exemplu, anumiți **reporteri** răspund mai ușor pe **Facebook** unde au cont **public** decât pe **Instagram unde au contul privat**. Asta se întâmplă de multe ori pentru că fiecare alege pentru ce își folosește contul. De obicei, Instagram-ul e folosit mai mult privat să poți să alegi tu cine îți vede postările.” (Anca)

La fel Ștefania, care într-un ‘top’ al seriozității cu care utilizează platformele pune pe primul loc LinkedIn, urmat de Facebook (unde este în diferite grupuri de unde află de noi proiecte și oportunități de voluntariat). De LinkedIn a dat întâmplător și deși a realizat singură ce potențial are platforma, a beneficiat de un ajutor – printr-un mentorat în cadrul programului Top Minds – pentru a învăța să o folosească adecvat (i.e., cum ar trebui să se prezinte pe platformă, recunoscând că inițial “arăta groaznic”).

“Chiar îl folosesc.... Adică am cel puțin 4-5 ore pe săptămână pe care le petrec acolo... îmi place să văd ce proiecte au alții (nah, tineri, adulți); să văd ce certificări, ca să văd cum mi-as putea îmbunătăți și eu CV-ul.... Mai mult sau mai puțin. Mai bine spus experiența. Și să văd postările pe care le au; foarte multe sunt chiar interesante; și sunt și grupuri. Sunt în câteva grupuri de



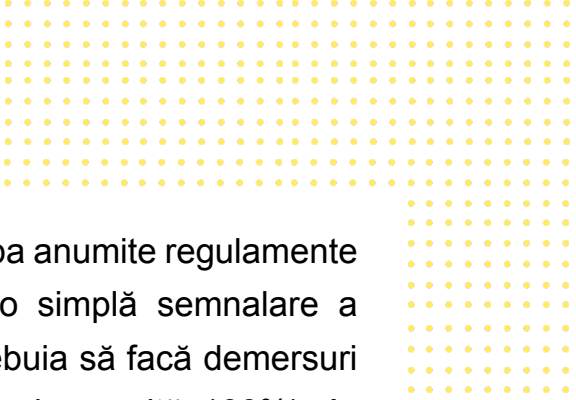
intelență artificială și machine learning și chiar sunt interesante postările de acolo.” (Ștefania)

Răzvan, pe de altă parte, declară spontan că “*folosesc Facebook-ul ca pe LinkedIn*” și, când este rugat să explice ce înțelege prin asta, vorbește despre extinderea activă a rețelei pe modelul comunităților de interese în care, pornind de la o persoană ale cărei idei le admiră, va căuta printre prietenii acesteia alte persoane cu idei, interese sau argumente interesante și îi va adăuga la prieteni. De remarcat că o astfel de abordare pro-activă de extindere a rețelei are de multe ori menirea de a “sparge bulele” formate de algoritmi, acești tineri expunându-se în mod conștient și voluntar (și) la persoane, grupuri și mesaje care le contrazic ideile. Ștefania de exemplu, este în grupuri care susțin teoria pământului plat sau anti-vaxx, sau care promovează ‘leacuri din bătrâni’, mărturisind că o amuză astfel de grupuri fiind însă interesată și de argumentele celor care susțin aceste teorii, ca să poată să contra-argumenteze.

PROVOCĂRI ÎN FAȚA ACTIVISMULUI (ONLINE)

A-ți face vocea auzită într-o lume a adulților, fără a deveni (încă) unul dintre ei

Mulți dintre copiii implicați civic tind să anuleze granița care îi separă de lumea adulților, pătrunzând uneori cu curaj în această lume, într-o încercare de a nivela diferențele de statut de putere și de a forma comunități de interese (unde să afle lucruri noi sau să își expună propriile opinii) sau mânați fiind de dorința de a colabora cu adulții. Totuși, nu de puține ori se întâmplă ca adulții să nu fie chiar receptivi la aceasta nivelare de poziții și să încerce să restabilească ierarhia tradițională în care statutul de adult (cu atât mai mult cu cât este în poziții de putere) cântărește mai mult decât cel de copil.



De exemplu, Tudor povestește cum, pentru a schimba anumite regulamente școlare abuzive, de multe ori nu era suficientă o simplă semnalare a încălcării legilor prin respectivele regulamente ci trebuia să facă demersuri în instanță (consumatoare de timp, dar cu șanse de reușită 100%), în condițiile în care unii directori de școală practicau intimidarea de pe poziții de putere (“*țipau la telefon la mine că cine sunt eu să le spun lor că regulamentul este ilegal*”).

“Trebuie să dai dovadă de **maturitate**, deseori de mult mai multă maturitate decât a celor din instituțiile publice ca **să fii luat în serios**. Aici în județ m-am lovit de asta; toată lumea crede că **ești doar un copil**, care nu știe legislație, nu știe nimic și te-a trimis cineva cu o hârtie în brațe până la ei și înapoi și **trebuie să muncești mult ca să le dovedești că nu e așa**.” (Tudor)

În același timp însă, Anca denunță și provocarea inversă care constă în faptul că unii adulți, bazându-se pe dorința tinerilor de a fi implicați în viața cetății și în luarea deciziilor care îi privesc, tind uneori să-i exploateze pe tineri, fie în false voluntariate (unde adulții rezolvă anumite probleme la nivel de comunitate folosind munca neplătită a tinerilor care nu au o reală agentivitate și libertatea de a alege în ce cauză să se implice sau prin ce mijloace), fie printr-o desconsiderare totală a vieții private a tinerilor care duce în timp la o însingurare a acestora.

“La nivel județean sau național se pierde mult din avântul de activism, pentru că nu mai au contact direct cu colegii; e o muncă foarte solicitantă, mai ales la nivel național, când te întâlnești în fiecare săptămână cu decidenții politici și mai ai și școala și toată lumea trage de tine. Comportamentul adulților este condamnat aici: adică e un copil cel care conduce CNE, un copil care are și școală și are și familie și nu poate rezolva toate problemele pe care noi le avem. Și atunci se pierde și din solidaritatea dintre colegi, pentru că apare ierarhia asta care se creează între noi... și apoi, mai e și faptul că cei de la vârf, dacă împrumută limbajul acesta al adulților, pierd încrederea celorlalți copii care simt că nu îi mai reprezintă”. (Anca)

Competențe digitale specifice și presiunea timpului

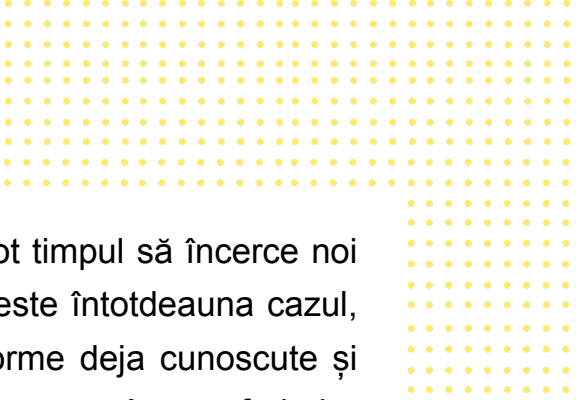
Nevoia de competențe digitale specifice apare în discursul tinerilor de cele mai multe ori împreună cu menționarea timpului limitat și de aceea preferăm să le tratăm și noi împreună, deși fiecare în parte poate să apară și separat.

În general, tinerii activi civic în mediul online declară că au competențele digitale necesare acestui activism și, la modul general, dacă nu știu ceva sunt destul de încrezători că pot să învețe singuri, urmărind tutoriale sau apelând la prieteni (de remarcat că nu menționează în acest sens școala sau participarea la cursuri plătite). **Nevoia de noi competențe digitale ar apărea doar în contextul unor practici noi** (fie deschiderea spre noi platforme, fie noi forme de exprimare pe platformele deja folosite) și atunci intervine **factorul timp**, cei mai mulți spunând că nu au acel timp sau că timpul pe care îl au îl pot folosi mai benefic în acțiuni concrete de schimbare, realizând că există o oarecare incertitudine cu privire la succesul folosirii noii platforme.

Cele mai multe astfel de idei au fost exprimate atunci când au vorbit despre posibilitatea de a face vlogging. Anca, de exemplu, se declară perfecționistă și spune că ar fi prea mult consum de timp să învețe să editeze video-uri (cel puțin nu la nivelul la care crede ea că ar trebui să știe). Tudor, la fel, consideră că pentru a avea un impact astfel de lucruri trebuie făcute cu o investire mare de timp, într-o manieră aproape profesionistă, care să asigure un public adecvat. În lipsa lor, preferă să nu o facă deloc, considerând că *“pot face lucruri cu impact folosind același timp”*.

Presiunea utilizării de noi platforme sau forme de expresie


Tensiunea dintre a încerca să atingă noi audiențe sau să-și facă mesajul cât mai atractiv pentru publicul pe care îl au și o anumită doză de comoditate în a folosi instrumentele deja ‘verificate’ este conștientizată de tineri. În ciuda vehiculării în spațiul public a imaginii tinerilor mobili (cu varianta



nestatornic), dornici de noi experiențe și deschiși tot timpul să încerce noi platforme, așa cum am arătat mai sus, acesta nu este întotdeauna cazul, tinerii implicați civic preferând să folosească platforme deja cunoscute și trasând uneori limite explicite (“acolo am tras limita”, spune Anca referindu-se la posibilitatea de a deveni activă pe TikTok).

Pe de altă parte, așa cum am spus, tensiunea rămâne și tinerii reflectează asupra ei și mai ales a motivelor care îi fac să se limiteze la anumite instrumente / platforme și să nu se extindă la altele. Cu referire la folosirea **TikTok-ului**, Luiza spune că s-au gândit să îl folosească pentru potențialul pe care îl are platforma de a pătrunde în rândurile tinerilor, dar le este teama că puse în “forma” / “stilul” TikTok, **anumite subiecte s-ar putea trivializa**; de asemenea, consideră că o comunicare pe TikTok ar însemna **să se ‘expuna’ prea mult** și nimeni din board-ul asociației nu este dornic de așa ceva. Luiza a exprimat și ea, ca și Ștefania, îngrijorări cu privire la mesajele sexuale nesolicitate pe care o expunere online prea mare poate să o genereze (vezi secțiunea dedicată Experiențelor negative online).

Blogul este una dintre aceste platforme care **îi tentează și în același timp îi înspăimântă pe tineri**. Tudor spre exemplu deja a scris anumite articole pentru blogul celor de la UNICEF (de exemplu, pentru a explica din perspectiva unui copil rezultatele unor sondaje U-report), ca parte a Boardului Copiilor, și astfel cochetează (mai exact “nu o respinge total”) cu ideea de a-și crea un blog propriu pe viitor, fără să se aplece foarte mult asupra considerentelor legate de diferența dintre a posta constant pe o platformă proprie și a posta ocazional ca invitat pe o platformă. În schimb, Anca reflectează mai mult asupra implicațiilor de a avea un blog, a tipului de activitate pe care îl implică, a tipului de conținut pe care trebuie să îl expui, precum și a avantajelor și constrângerilor exprimării pe diferite platforme. Astfel ea vorbește despre presiunea de a **fi mereu activă online, de a spune lucruri noi și relevante, presiunea de a lua demersul pe cont propriu precum și de constrângerile impuse de modul de funcționare al platformelor pentru păstrarea audienței**:



“Nu am (blog - n.AV) și primesc de multe ori întrebarea **de ce nu imi fac blog**, dar simt ca ar trebui sa am mereu ceva de spus... și apoi vine presiunea să postezi mereu, sa ai consistency ca sa te urmărească lumea. Ori pentru mine lucrurile astea creează o presiune foarte mare. Și o așteptare pe care publicul o are de la tine. Prefer să găsesc un loc deja format unde să-mi pun în practică ideile și proiectele și știrile și ce mai scriu eu, cum e gen știri cu care colaborez, decât să am eu propria mea platformă separat de ei. Într-adevăr pentru mine ar fi mai bine, că **nu poți pune chiar tot ce gândești pe site-uri administrate de alte persoane, ești cenzurat, să spunem așa**. Dar când voi simți că am ceva de spus în mod constant... de fapt, **nu mi se pare că aduc ceva nou**. Nu mi se pare că viziunile mele sunt ceva revoluționar, ceva nou. Ce am de exprimat, pot să o fac pe instagram. Poate că mă limitează ca spațiu, nu pot scrie postări lungi, dar îmi e suficient deocamdată să mă exprim.” (Anca)

Conflictele valorice care pot apărea

Una dintre provocările majore ale tinerilor activi online în cauze civice este gestionarea **conflictului** care poate apărea **între ideile și valorile personale și cele ale familiei sau ale altor adulți semnificativi** din preajma lor. Aproape toți cei care practică un activism online (după cum spuneam mai sus, sunt unii care preferă să practice mai mult activismul offline, iar dacă sau când se implică online să se ferească de subiectele potențial controversate) au menționat că au avut cel puțin o dată parte de un astfel de conflict. Din nou, modul de gestionare a acestui tip de conflict diferă de la o persoană la alta, **fiind însă comună dorința de a continua să se exprime liber**, cel puțin în anumite limite (fie pe anumite subiecte care sunt foarte importante pentru ei, fie prin adaptarea discursului).

Tudor spre exemplu, care avea sprijinul familiei, dar a generat un astfel de conflict valoric în familia extinsă, a fost tranșant în a nu face concesii în modul cum se exprimă pe internet.

“Părinții au avut o tentativă de a încerca să mă tempereze, dar le-am făcut față: “e contul meu, e opinia mea și nu o sa o ascund nici pentru tanti Mița, nici pentru nenea Gigel, pot să stea ei și în cap”” (Tudor)

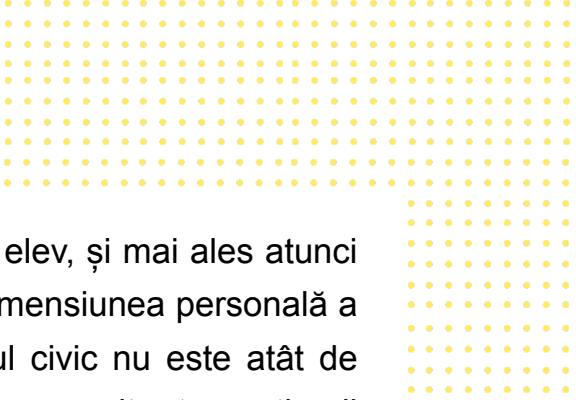
În același timp însă, alții sunt mai sensibili la nevoile celor din jur și în decizia pe care o iau cântăresc posibilități multiple: de auto-cenzură, de selectare a audiențelor sau de folosirea unor tehnici discursive pentru disimularea și modularea discursului.

“Eu am avut **probleme cu lucruri pe care le-am spus pe internet și le-a aflat familia mea și le-a interpretat prost și am stat supărați foarte mult timp** pentru că nu au înțeles ce voiam eu să spun. După acel conflict în familie, inițial am fost tentată să **mă cenzurez**. Să nu mai vorbesc un timp despre lucrurile respective. După care **le-am dat block din lista de persoane care pot să vadă** anumite conținuturi și mi-am continuat discursul dar **mai puțin vehement** decât înainte. Căci mereu mă întreb dacă X sau Y vede, ce ar zice. Am devenit cred **mai vagă în exprimare**, mai ales dacă ținea de familia mea, astfel încât mesajul să treacă dar să nu fie reperat, sau nu ușor reperabil de persoana care mi-a făcut lucrul respectiv. Am devenit mai careful în exprimare.”
(Anca)

Ștefania alege și ea o **cale de mijloc**, dar decizia pe care o ia este în funcție de importanța pe care o atribuie cauzei respective, și ea, ca și Anca, ajustând discursul posibilelor audiențe.

“În cauzele care mă afectează sau îi afectează pe cei din jurul meu, sunt vocală; dar în rest, nu prea...Trebuie să facem o diferență și între categoriile de vârstă; pe Instagram majoritatea audienței... hm, e mult spus audiența, e formată din tineri aproximativ de vârsta mea. Acolo îmi permit să pun lucruri legate de LGBT... hm, aș prefera să nu dau exemplul ăsta... de subiecte care pot fi considerate tabu; deci acolo pot să postez pentru că știu că pot să modelez cumva mentalitatea pe care o au (tinerii din audiență - n.A.V.) și este mai ușor la vârsta noastră să fim receptivi și să schimbăm cumva lucrurile care ne-au fost impuse... de părinți, de profesori, de adulți... dar, dacă pun asta pe Facebook, atunci adulții pe care-i am acolo, prietenele bunicilor mele, că ele nu mai trăiesc, ar fi foarte... mi-a zis una dintre ele odată: “s-ar răsuci Marioara în mormânt dacă ar vedea că ai postat asta”. Nah, în sensul asta” (Ștefania)

Un alt potențial conflict cărora tinerii implicați online în cauze civice trebuie să îi facă față este **conflictul cu valorile profesorilor sau ale altor adulți în poziții de putere** cu care ei trebuie să colaboreze în activismul lor. Mai

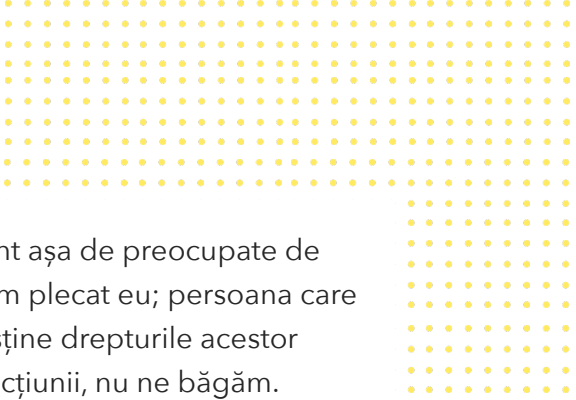


ales atunci când activismul lor apare din poziția de elev, și mai ales atunci când tânărul este într-o localitate mai mică, unde dimensiunea personală a relațiilor este mult mai puternică și unde activismul civic nu este atât de prezent astfel încât să existe o oarecare acceptare a anumitor teme, tinerii simt o **disonanță valorică** ca urmare a presiunii la care sunt supuși pentru a nu aborda public în online anumite teme și în același timp sunt conștienți de cercul vicios la care contribuie astfel.

”Știu că suna egoist, dar am nevoie de susținerea sau colaborarea lor; nu știu, dacă vorbesc de inspectorat, am nevoie de oamenii de acolo să îmi fie aliați la Consiliul Elevilor. Dacă eu postez ceva legat de LGBT, ei ar fi ”Stefania, ce s-a întâmplat cu tine? A fost acolo o rătăcire, sau ceva...”. Deci este greu căci până nu se schimbă mentalitățile nu poți să te exprimi tu liber, dar în același timp nu au cum să se schimbe mentalitățile dacă nu sunt persoane care lucrează activ la asta” (Ștefania)

Atunci când astfel de subiecte sensibile se întâmplă în offline, există strategii de disimulare în care se angajează unii tineri, adaptându-și discursul la audiențe: în interacțiunea directă cu profesorii atunci când vorbesc despre teme sensibile (e.g. LGBTQ) au un limbaj eluziv și vag, în timp ce în relațiile cu colegii lor au un discurs direct, încercând să facă o schimbare. Așa cum spunea și Ștefania mai sus, aceste ajustări ale discursului sunt uneori resimțite ca ‘trădare’ dar sunt decizii strategice pe care le iau pentru a promova într-un context foarte specific în care se află, anumite cauze. Vorbind despre context, trebuie spus că există mulți factori care intervin aici de la modul cum e văzut tânărul de către profesori, interesul tânărului față de tema respectivă, dorința și capacitatea acestuia de a rezista presiunii adulților la putere etc.

”Eu nu aș fi abandonat o temă de interes ca să nu pierd sprijinul adulților. Pentru că și **la nivelul școlii aveam problema asta**. Ne loveam de discursul profesorilor care nu erau de acord cu asta. Dar e adevărat că **prezentăm mai moderat profesorilor subiectul**, dar în practică noi aveam același discurs. Ne cenzuram doar în momentul în care stăteam de vorbă cu profesorii. Și ne-a ajutat și treaba asta. Pentru că profesorii nu erau alerti. Erau fericiți că mergeam la ora lor și țineam noi activități și ei nu intrau, ne lăsau doar pe noi. E posibil ca

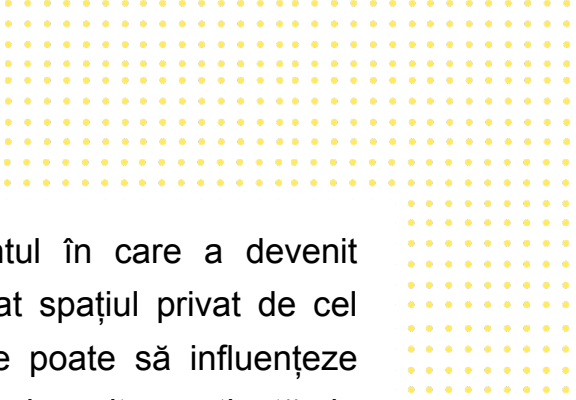


asta să se întâmple pentru alte persoane, care nu sunt așa de preocupate de drepturile pers LGBTQ. Cum se întâmplă acum, că am plecat eu; persoana care m-a înlocuit nu e atât de interesată de problemă, susține drepturile acestor persoane, dar dacă produce neplăceri la nivelul direcțiunii, nu ne băgăm. Poate că eu am fost avantajată și de faptul că aveam note foarte bune și profesorii aveau încredere în mine pe baza meritelor mele școlare... se crea în capul lor legătura că fata asta ia numai 10 și e bună și dacă e bună și învață nu poate să zică nimic rău/" (Anca)

Există însă și cazul fericit, de care povestește Luiza, în care promovarea cauzelor feministe și ale drepturilor LGBTQ a fost acceptată de conducerea școlii (este drept că era o școală privată), ba chiar încurajată de anumite profesoare care s-au regăsit în valorile promovate. Alte strategii de a face față acestui conflict sunt părăsirea totală a acestor organizații care au o poziție mult prea dependentă de autorități și implicarea într-un activism scrutător de tip ONG-ist (cum este cazul lui Răzvan care nu se declară dispus să facă concesii ierarhiilor instituționale).

Gestionarea spațiului privat în online

Pentru mulți, în ecuație intervine și nevoia unui spațiu privat de socializare cu prietenii apropiați și trasarea unor granițe ferme în acest sens. Astfel, de multe ori, **alegerea unei platforme pentru activism în detrimentul alteia este parte a unei negocieri a spațiului privat**. Anca spune că Tindler-ul este "doar pentru sufletelul meu", în timp ce Răzvan spune că folosește Instagram-ul pentru a-și arăta prietenilor și latura umană, nu doar pe cea de activist. Alții, cum este Tudor, gestionează această nevoie de spațiu privat prin **selectarea atentă a audiențelor pentru mesajele publicate**: în grupul de prieteni apropiați publică lucruri ce țin de viața lui privată, iar lucrurile ce țin de activism le postează public. Acest lucru însă se învață de multe ori pe parcurs, mai ales la tinerii care au început să folosească internetul și platformele de media sociale de la vârste foarte fragede.



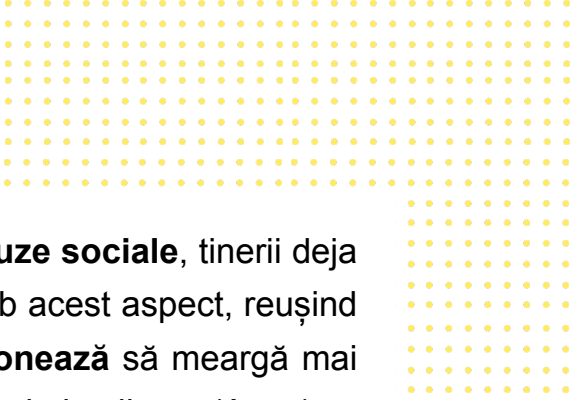
Ștefania, de exemplu, povestește că în momentul în care a devenit conștientă de necesitatea de a-și gestiona separat spațiul privat de cel public, de a avea grijă de imaginea publică care poate să influențeze succesul activismului ei și de asemenea, când a devenit conștientă de amprentele digitale și riscurile internetului a trecut la o curare activă a contului de Facebook, pe care a realizat că este util să îl folosească pentru activism.

“Înainte, facebook-ul meu era o harababură; dacă mă căuta cineva acolo probabil îmi dădea și block. Postam foarte multe articole de istorie care mi se păreau interesante, aveam numai istorie și muzică. Le-am șters după. Nu neapărat că ar fi fost o problemă cu ele, cât că nu voiam să mă expun prea tare în ceea ce privește pasiunile mele reale, viața mea privată. Aveam și foarte multe fotografii cu mine de când eram mică, postate ‘sub atenta supraveghere a părinților mei’. Și aveam chiar și fotografii cu mine la plajă. Și eram gen”: ‘doamne, de ce m-ați lăsat să postez așa ceva?? Voi știți câți ciudați sunt pe internet?’. Și ei erau: ‘da’ ce, că noi nu ne-am gândit la asta; noi eram la plajă, ne simțeam bine și atât. De ce gândești tu la toate astea?’. Și le-am arhivat bine, le-am pus pe privat că (...) vreau în continuare să le văd, dar acum sunt doar pentru mine’. (Ștefania)

Prin opoziție, în cazul lui Dragoș și a lui Darius lucrurile sunt mai indistincte, imaginea publică afișată online suprapunându-se cu cea privată, ceea ce duce însă la practici diferite, darius nepostând aproape nimic privat nicăieri, în timp ce Dragoș amestecă postările private cu cele publice pe toate platformele pe care este activ.

Experiențe negative online în cadrul implicării civice

Parte din provocările activismului online este și confruntarea cu așa numitele **riscuri ale internetului**, adică **experiențe negative** pe care utilizatorii le pot avea online și care pot sau nu să producă un impact negativ asupra lor. **Cyberbullying-ul și cyberhate-ul** sunt riscuri reale și este foarte probabil ca tinerii să le întâlnească dacă se angajează în susținerea unor cauze civice. Dar, în timp ce cele două sunt menționate frecvent printre



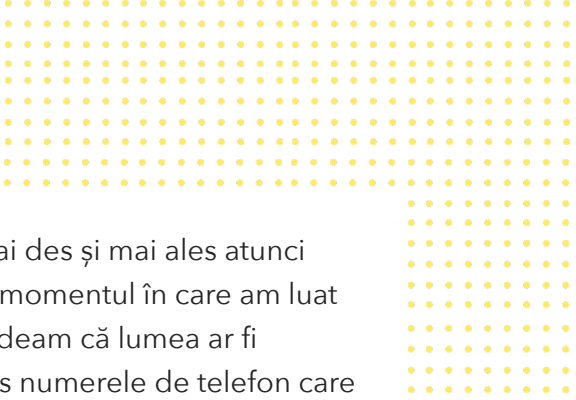
motivele pentru care unii tineri **nu se implică în cauze sociale**, tinerii deja activ civic, dau dovadă de o **reziliență crescută** sub acest aspect, reușind să gestioneze aceste situații, care chiar **îi impulsionează** să meargă mai departe în demersul lor, înțelegând câtă nevoie este de implicare (Anca).

Există însă și riscuri mai neașteptate cu care tinerii se confruntă online și pentru care nu sunt neapărat pregătiți. Astfel, **expunerea imaginilor lor poate să genereze o serie de avansuri sexuale nedorite** sau chiar grooming, în condițiile în care audiența lor este formată și din adulți. Ștefania povestește de exemplu cum într-o campanie online de strângere de fonduri pentru copiii dezavantajați cu ocazia Crăciunului a primit astfel de comentarii nedorite.

“Persoane care probabil ar fi putut să imi fie bunici, scria acolo: ‘nu vrei să fii Crăciunițe și pentru mine? Ce le-aș lua eu pe fetele astea acasă; hm, păcat că sunt minore... hm, implicate, implicate, așa-mi plac mie domnișoricile.’ Nu ne așteptam la genul asta de comentarii libidinoase, ci la comentarii despre cum să afle mai multe, sau felicitări sau orice altceva, dar nu ce am primit. Poate nu e ceva general, dar eu m-am lovit de asta.”

Un alt risc prea puțin discutat în legătură cu implicarea civică a tinerilor este cel al securității online. Deși nu este frecvent întâlnit, el poate apărea, așa cum a fost cazul cu episodul de spargere a contului Anca. Interesant este faptul că această problemă a securității a fost pe larg abordată și discutată de una dintre tinere (Cezara) care nu este angajată în activism online, dar este o exploratoare avidă a internetului, fiind în același timp foarte conștientă de riscurile acestuia, mai ales în partea ‘întunecată’ a lui, riscuri despre care a învățat singură. În același timp însă, întrebați despre competențele digitale acumulate în școală, majoritatea tinerilor se referă strict la cunoașterea operării unor aplicații specifice (i.e. words, excel, ppt), ceea ce arată o lipsă de conectare a educației din școală cu nevoile din viața de zi cu zi ale tinerilor, pe care învață pe cont propriu să le gestioneze .

“Îmi aduc aminte că m-am panicat prima dată, dar mi-am revenit și am zis că acum trebuie schimbată parola, apoi ne-am pus two factors authentication,



ne-am făcut niște protocoale să schimbăm parola mai des și mai ales atunci când se loga un dispozitiv necunoscut. Atunci a fost momentul în care am luat în serios partea de securitate. Până atunci nu ne gândeam că lumea ar fi interesată să ne hack-uiască pe noi. Și atunci am sters numerele de telefon care erau publice.” (Anca)

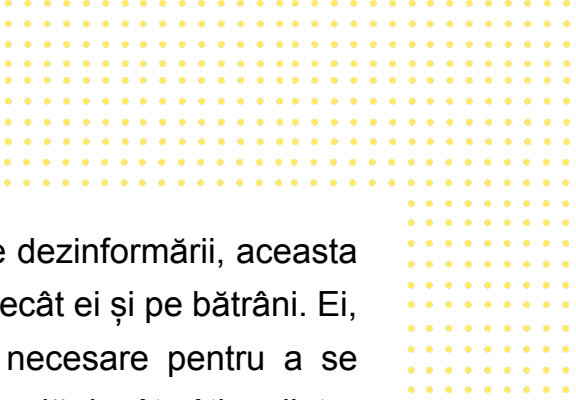
COMPETENȚELE MEDIA ALE TINERILOR

Cei mai mulți dintre tinerii activi dau dovadă de cunoștințe de media literacy, chiar dacă termenul de competențe media le este străin multora dintre ei (care cred că se referă la competențele necesare pentru a fi activ pe platformele de media sociale, de tipul Instagram sau Facebook).

Astfel, cu toții se referă la verificarea unei știri din trei surse, deși unii recunosc că nu o fac tot timpul, mai ales dacă știrea vine din anumite surse în care au încredere (e.g. Matei) sau dacă este pe un subiect pe domeniul lor de expertiză și în care pot judeca singuri relevanța știrii (Darius sau Dragoș). Câțiva fac referire și la verificarea celor care sunt în spatele site-urilor / canalelor de știri pe ideea “follow the money”, un lucru mai greu de realizat, cum recunosc ei înșiși.

Aceste tehnici de verificare a conținutului sunt menționate cu referire la fenomenul de dezinformare și fake news, la care aproape toți tinerii fac referire în mod spontan (uneori în primele minute ale interviului) fapt care arată clar locul pe care aceste subiecte îl ocupă pe agenda publică. Totuși, înțelegerea acestor concepte este minimală pentru unii, considerând pe același nivel o campanie sistematică de dezinformare cum e în jurul pandemiei de Covid-19 cu o știre inexactă datorită unei documentări precare a subiectului sau a unui titlu senzationalist, dar neacoperitor.

Modul în care se raportează ei înșiși la dezinformare este amprentat de această lipsă, a unora, de înțelegere aprofundată a fenomenului, tinzând să



considera că este puțin probabil să devină victimele dezinformării, aceasta vizându-i pe “ceilalți”, în special pe copiii mai mici decât ei și pe bătrâni. Ei, pe de altă parte, consideră că au instrumentele necesare pentru a se proteja, și anume spirit critic (de care însă nu fac dovadă decât câțiva dintre ei, dacă ne raportăm la discursul lor general) și suficientă practică pe internet. Acest mod de a minimiza influența media asupra propriei persoane nu este nou, literatura de specialitate având un termen special pentru a îl descrie (“third person effect”), fiind studiat mai ales în contextul influenței publicității asupra utilizatorilor.

Unii dintre ei au însă **o bună înțelegere a acestor două fenomene**, fie ca urmare a **interesului foarte mare pentru știri, cuplat cu participare activă în proiecte de monitorizare a dezinformării, sau participării în redacții** (Răzvan), fie ca urmare a **cursurilor formale** la care au participat (Anca și Tudor). Aurel și Dragoș însă, deși sunt încrezători că sunt la nivel de 9/10 în ceea ce privește competențele lor media, dau dovadă de o viziune parțială: Aurel referindu-se la înțelegerea mecanismelor tehnologice și comerciale din spatele dezinformării (este printre puținii care se referă la deepfake), în timp ce încrederea lui Dragoș în competențele proprii derivă din faptul că este un înfocat consumator de știri (putând să identifice inadvertențele dintre diferite știri, dar fără o înțelegere a construcției știrilor ca text, a tehnicilor de discurs sau a funcționării unei organizații media care introduce decupaje și încadrări specifice care fac ca știrea ca produs final să difere de realitate).

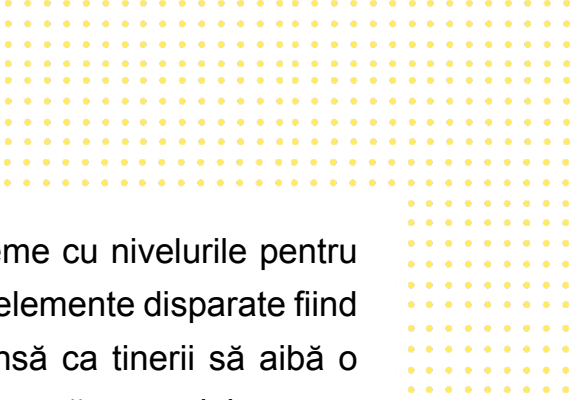
Totuși, “în apărarea” tinerilor, trebuie spus că nu ei sunt de vină pentru lipsa de competențe media, cu toții menționând faptul că școala nu le-a oferit nimic în acest sens, ignorând total acest aspect al pregătirii lor pentru viață activă pe care ei îl consideră esențial.

COMPETENȚELE DIGITALE ALE TINERILOR

Competențele digitale ale tinerilor intervievați de noi sunt la diferite niveluri, la fel ca **percepția** lor cu privire la competențele digitale pe care le posedă. Literatura de specialitate a arătat că cele două aspecte nu se suprapun și că, pentru o utilizare eficientă a digitalului sau pentru a te angaja în practici digitale variate, nu contează doar cunoștințele în termeni stricți, ci și încrederea pe care o ai că poți gestiona și naviga domeniul digitalului. Reversul este la fel de adevărat, tineri cu practici minimale pe internet (în termeni de diversitate) tind să considere că au un nivel de competențe digitale ridicat, dat fiind că nu aspiră spre alte folosiri ale digitalului pentru care nu sunt pregătiți. Astfel, puși să își autoevalueze competențele digitale pe o scală de la 1-10, tineri pentru care competențele digitale înseamnă strict să folosească câteva aplicații din pachetul Microsoft Office tind să își dea notă mai mare decât cei care au cunoștințe clar mai avansate, acestea extinzându-se la înțelegerea problemelor de securitate a internetului, de arhitectura sistemului, codare etc.

Dincolo de această confirmare a literaturii de specialitate, câteva concluzii la nivel general se impun.

În primul rând faptul că **înțelegerea extrem de limitată pe care școala românească o dă termenului de competențe digitale** (e.g. competențe în utilizarea unui anumit sistem de operare și a unui anumit pachet de software pentru editare de text, creare de prezentări și calcule tabulatorii) **este adoptat de aproape toți tinerii**, cu efecte negative asupra practicilor lor atât online cât și offline (e.g. mulți neconștientizând problemele de siguranță și securitate online, sau nefiind conștienți de posibilitățile pe care le oferă internetul în ceea ce privește documentarea și exprimarea, în termeni de legislație, drepturi de autor etc.). Suntem foarte departe de înțelegerea sistemică pe care modelul DigiComp propus de Comisia Europeană îl dă competențelor digitale (cu cele cinci arii tematice: informare, comunicare,

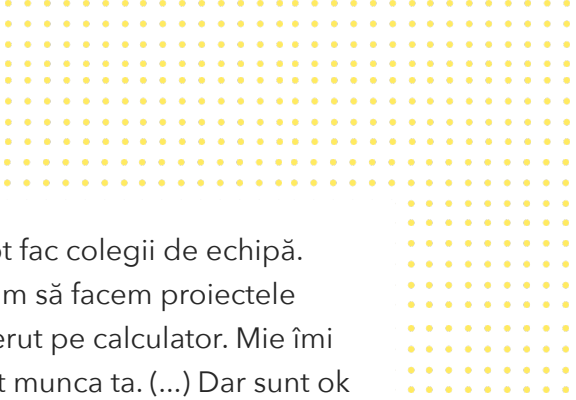


creare de conținut, siguranță și rezolvare de probleme cu nivelurile pentru fiecare dintre ele etc.; vezi Vuorikari et al., 2016 și), elemente disparate fiind menționate cu valori emoționale atașate lor, fără însă ca tinerii să aibă o viziune de ansamblu asupra lumii digitale pe care să o navigheze cu ușurință.

Ștefania care este la modulul de informatică și este pasionată de știință și tehnologie digitală este cea care are cea mai bună înțelegere a acestei lumi (își dă totuși doar 9/10), și cele mai bune competențe specifice, rezultate din practici foarte diverse, în contexte foarte diverse: a înființat un club de robotică și a participat la competiții, participă la hackathone când are ocazia, este interesată de machine learning și inteligență artificială și este în grupuri pe internet care discută sau postează știri despre aceste lucruri, e conștientă de elemente de siguranță (este foarte conștientă de amprenta digitală și de ce înseamnă date personale în mediu online) pe internet, de creare de conținut etc.

La polul opus sunt cei care se referă strict la competențe operaționale, pe care în general nu le au. Crina, Alina și Eva – care își declară **lipsa de interes pentru tehnologia digitală și o preferință pentru a scrie pe hârtie** – își dau note asemănătoare 4/10, 5/10 respectiv 4/10, recunoscând că **nu au competențe de operare a pachetului MO (la care se reducea înțelegerea lor)**. Dar, în timp ce Alina se declară mulțumită cu acest nivel, Crina și Eva sunt conștiente că va fi nevoie să își îmbunătățească competențele, nu pentru că aspiră să le folosească mai mult, cât pentru CV (Crina) sau pentru examenul de bacalaureat (Eva). Crina și Eva sunt de altfel singurele din eșantion care dau dovadă de această abordare “*just in case*”, majoritatea celorlalți abordând subiectul în perspectiva “*just in time*”.

“Nu sunt o persoană care se pricepe atât de bine, nici la a edita, nici să folosesc word, excel, ppt... vreau să învăț, să stăpânesc pentru facultate aplicațiile ăstea, că mai nou se cer în CV. Altfel, nu mă pasionează tehnologia”
(Crina)



“Eu de obicei caut informația și o formulez, dar în ppt fac colegii de echipă. Nici nu-mi place și nici nu am răbdare să o fac. Puteam să facem proiectele ăstea pe foi sau planșe, doar că în ultimul timp s-a cerut pe calculator. Mie îmi plăcea mai mult pe foi. Mi se pare că e mult mai mult munca ta. (...) Dar sunt ok cu competențele pe care le am. Nici nu-mi trebuie mai mult” (Alina)

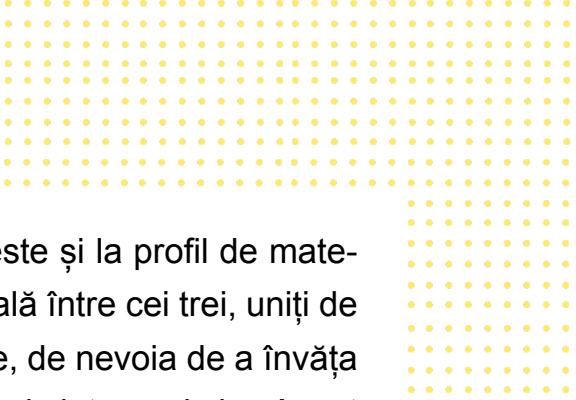
De multe ori tinerii, chiar și cei activi care spun că înțeleg cum funcționează internetul și platformele sociale au o **înțelegere viciată sau doar parțială asupra termenului de “date personale”** pe care fie le înțeleg în termenii din legile românești (Dragoș și Darius vorbesc despre CNP, nume, fotografie), fie confundă lucrurile.

“De exemplu, cookie-urile vor să te atragă pe anumite site-uri, care te ademenesc să îți bagi datele personale, numărul cardului, PIN-ul... tot felul de informații” (Gabriel)

La fel, deși cu toții vorbesc în mod spontan despre algoritmi pe baza cărora funcționează platformele de media socială, de cele mai multe ori înțelegerea lor se oprește la ideea de furnizare a conținuturilor similare cu cele pe care le apreciază, majoritatea fiind mulțumiți de conținutul furnizat de platforme (Matei este o excepție, spunând că “*algoritmii nu mă nimeresc deloc*”, posibil și ca urmare a lipsei lui de ancorare a interesului în ceva anume).

O **distincție** care apare de multe ori în discursul tinerilor atunci când se referă la competențele lor digitale este cea între **capacitatea de operare a telefonului și capacitatea de operare a computerului**. Mai ales tinerii neimplicați civic (Matei, Gabriel, Crina, Eva, Alina etc.) se simt mult mai competenți în operarea telefonului decât în cea a computerului, la care zic că au ajuns mai târziu și pe care în general nu îl folosesc decât punctual.

Cezara, Aurel și Tiberiu, chiar dacă nu sunt implicați civic, **folosesc foarte mult computerul pentru interese personale** (gaming, comunități de interese, antreprenoriat, proiect muzical), învățând singuri să îl folosească (inclusiv pentru **creare de conținut**, treaptă superioară nivelului



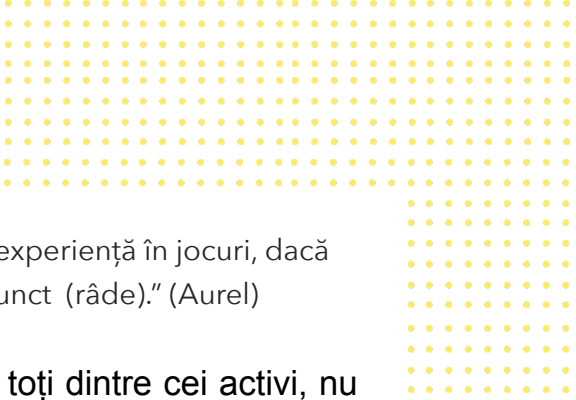
operațional) în aceste practici ale lor. Deși Tiberiu este și la profil de mate-info la liceu, aceasta nu aduce o diferență substanțială între cei trei, uniți de interesul de a crea lucruri pe computer și, din păcate, de nevoia de a învăța singuri aceste lucruri, oferta școlii fiind foarte departe de interesele lor. Acest **demers autodidact vine cu dificultăți aferente** în metoda de abordare (arderea etapelor, lipsa unei fundații solide, frustrare și renunțare), așa cum povestea Aurel, cu înțelegerea programării din perspectiva creării unui hack și nu a unui proiect *ab initio*, cum este cazul Cezarei care își dă nota 6,5/10 la competențe digitale pentru că *“nu știu să codez și nu am nici VPN ca să știu să mă protejez; știu despre el, dar nu am bani să îmi cumpăr”*.

O abordare singulară a subiectului apare la Aurel care, întrebat despre nivelul de competențe digitale (unde își dă 7-8/ 10), justifică nota pe care și-o dă nu prin referire la competențe specifice, ci la **niveluri de cunoaștere**.

“Primul nivel e ăla la care crezi că ești bun că ai început să acoperi cunoștințe, la al doilea nivel unde îți dai seama cât de multe lucruri nu știi și la al treilea unde îți dai seama că ești la nivel mediu. Eu am trecut un pic de ultimul nivel și am început să învăț chestii noi. Deci sunt cam la 7-8” (Aurel)

Atunci când se referă totuși la ce știe să facă, în mod concret, pe internet, din nou are o perspectivă unică asupra subiectului, referindu-se la **înțelegerea logicii de funcționare a internetului comercial** alături de competențe operaționale. La acestea din urmă, se întâlnește fără să știe cu unii cercetători care consideră că ar **trebui recunoscute copiilor competențele din domeniul gaming-ului ca competențe digitale**, pentru că jocul este o parte importantă a vieții digitale și este departe de a fi o activitate simplă, necesitând din contră competențe multiple, de tip operațional, social, strategic/ problem solving etc.

“Am învățat cum funcționează **atragera consumatorilor**. Știu de ce un consumator ar apăsa pe acel videoclip și nu pe altul. Știu cum funcționează majoritatea companiilor. Am început și eu să știu să atrag consumatori, după cum am spus, în comunități căci trebuia să mă bat pentru ei cu alte comunități. Am învățat să programez, să folosesc word și... cum se numește, excel, chiar



„dacă acum ceva timp nu știam să îl folosesc și am și experiență în jocuri, dacă pentru dvs. considerați că asta merită jumătate de punct (râde).” (Aurel)

Totuși, de remarcat că mulți dintre tineri și aproape toți dintre cei activi, nu consideră că **eventuale lipsuri din competențele lor digitale îi limitează sau îi împiedică să desfășoare o anumită activitate pe internet**, dacă își doresc acel lucru, cu toții fiind încrezători că găsesc online sau printre prieteni sau rude resursele să învețe lucrurile pe care nu le știu (abordarea de tip “just in time”).

PRIVIND SPRE VIITOR: RECOMANDĂRI ȘI CONCLUZII

TINERII SPUN: IMPLICARE!

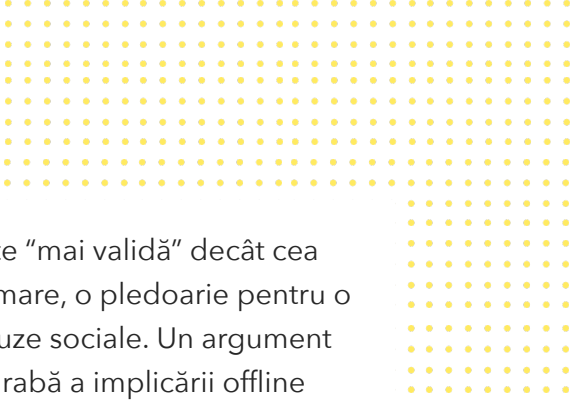
“Trebuie ascultați tinerii!” (Anca)

Întrebați despre cum văd ei implicarea tinerilor în cauze civice în viitor, **aproape toți subiecții noștri sunt de acord cu nevoia de implicare**, deși opiniile diverg cu privire la **modul în care aceasta ar trebui să aibă loc (întâi online sau offline?**, cele două fiind concepute în **complementaritate**), precum și asupra **nevoilor specifice** pe care tinerii le au pentru o implicare mai robustă.

Acest acord aparent total trebuie privit (și) puțin critic deoarece afișarea obsesivă a acestui mesaj a dus la demonetizarea lui (așa cum menționează explicit Alina și Anca), sau chiar la **o ideologie a activismului**, care pierde din vedere locul acestuia în relație cu alte instituții ale societății. Această dimensiune ideologică a activismului apare de altfel și printre intervievații noștri, la Crina și Dragoș, acesta din urmă ținând să transmită, la finalul interviului, un mesaj pentru tineri (ca și în discursul Crinei, citat mai sus, este de remarcat trecerea de la “voi” la “noi”).

“Implicați-vă! Implicați-vă! **Trebuie să ne implicăm mai mult în viața civică și în societate.** Să ieșim mai mult, să ne afirmăm mai mult. Online și offline.”
(Dragoș)

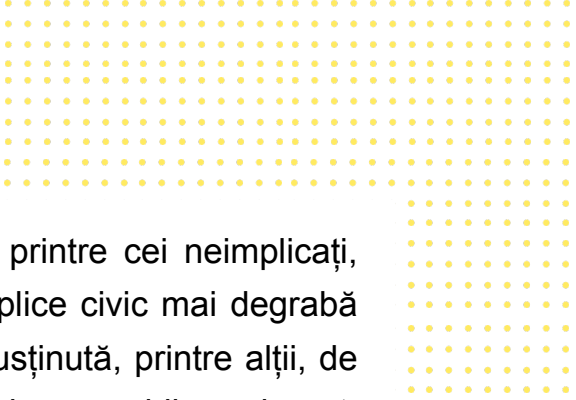
Legată oarecum de această idee a “ideologiei implicării” – cu corolarul ei că implicarea poate fi doar mimată, “de fațadă” –, apare în discursul tinerilor (mai



ales la cei neimplicați) ideea că implicarea offline este “mai validă” decât cea online – care este văzută ca un simulacru – și, prin urmare, o pledoarie pentru o nevoie de mai mare implicare offline a tinerilor în cauze sociale. Un argument distinct apare la Luiza care, adeptă ea însăși mai degrabă a implicării offline (deși în scopuri specifice folosește online-ul în activismul ei), susține că, într-o primă fază, este mai benefică pentru tineri implicarea offline, la nivelul comunității, argumentând că o încercare de implicare doar online poate să te **“copleșească” prin multitudinea de probleme** ce se cer adresate și poate duce la demoralizare, prin faptul că **nu vezi un impact, scăzând astfel încrederea în eficiența acțiunilor tale**. Prin opoziție, implicarea directă, la nivel comunitar, crește și încrederea în eficiența acțiunilor și, mai ales, aduce sentimentul de **comunitate**, sentimentul că **nu ești singur** în acel demers.

Această idee a **puterii pe care ți-o dă sentimentul de comunitate** în activism a apărut recurent în interviurile noastre (Ștefania, Răzvan, Anca etc.), dar, în însăși menționarea ei, **apare și referirea la situația opusă (i.e. însingurarea / singurătatea)** și astfel, poate că ar trebui ca celor două să li se acorde o mai mare importanță. Așa cum s-a văzut din discutarea temerilor care îi fac pe tineri să nu fie implicați civic, unii dintre ei se feresc să aibă un comportament disonant față de cel al grupului de prieteni căci percep acest fapt ca expunându-i riscului de însingurare, izolându-i de grupul de prieteni. Această idee este confirmată de una dintre persoanele implicate care vorbește despre situațiile de “singurătate” prin care tinerii activiști pot trece și care îi pot “pierde”. Aceste situații pot fi întâlnite fie la început, atunci când comunitatea nu s-a format încă, fie în faze ulterioare, când accederea în poziții de conducere într-o organizație îi poate îndepărta pe tinerii implicați de cei pe care ar trebui să îi reprezinte (așa cum arătam printr-un citat mai sus).

“Până să ai acces la comunitate, este o **singurătate foarte apăsătoare cea a activismului. Foarte mulți renunță** până să ajungă la acea comunitate bună pentru ei și se conformează unor comunități care le sunt mai apropiate spațial sau electiv. Pentru că nu au încredere în ei că pot face acea schimbare de care au nevoie.” (Anca)



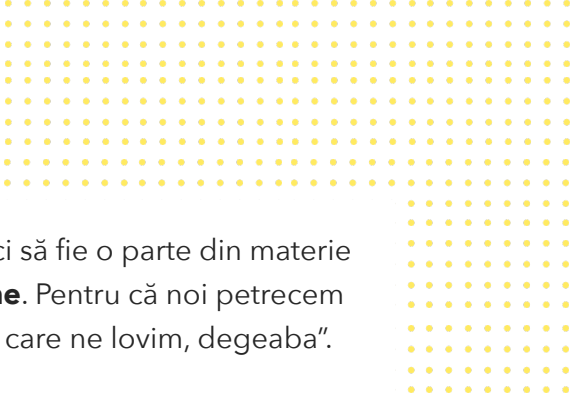
De cealaltă parte, atât printre cei implicați, cât și printre cei neimplicați, există voci care susțin că tinerii ar trebui să se implice civic mai degrabă online, argumentele fiind că este mai sigur (idee susținută, printre alții, de Matei) sau că prin acest medium mesajul ajunge la un public mai vast, făcând astfel demersul mai eficient. Pe de altă parte, Ștefania și Anca subliniază potențialul de implicare online a tinerilor dacă aceștia **fac trecerea de la statutul de consumatori de conținut online la cel de creatori de conținut.**

“Tinerilor li se spune în continuu **să fie activ civic, fără să li se dea niște instrumente** și să li se pună cum. Și, când ajung pe internet, deși acesta are mare potențial pentru civism, ei devin doar consumatori. Deci da, tinerii ar trebui să devină mai implicați civic online. Și poate că ar fi interesant ca după aceea să avem și componenta asta offline. Ar fi interesant switch-ul. **Dacă până acum le-am spus fiți offline și după aceea online, poate că dacă încercăm invers, cu online prima dată și apoi offline**, adică hai să gândim împreună niște lucruri online și după să vedem cum le facem realitate offline, poate că îi motivează mai tare să se implice.” (Anca)

NEVOI SPECIFICE PENTRU O IMPLICARE MAI ROBUSTĂ: VOCILE TINERILOR

“Voi porni de la ce as fi avut eu nevoie: as fi avut nevoie să știu mai multe despre partea de **protecție**; și as fi avut nevoie să știu mai multe despre partea de **content creation**. Apoi, au nevoie să **simtă că fac un impact**, că au un impact. Pentru că dacă ei fac 10 mii de postări și au un engagement foarte mic, o să creadă că nu e bună postarea mea, nu m-a ajutat cu nimic.” (Anca)

Vorbind despre nevoile tinerilor pentru o mai mare implicare civică pe viitor, așa cum am menționat deja, cu excepția Cezarei și a Ancăi care consideră că tinerii au nevoie să fie învățați despre riscurile legate de siguranța și mai ales securitatea pe internet, cei mai mulți nu consideră că lipsa competențelor digitale este o piedică în calea implicării civice.



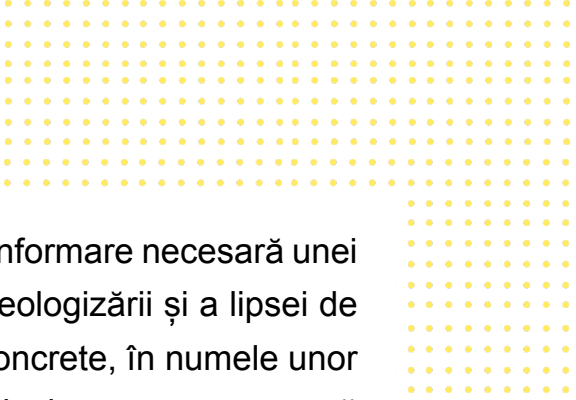
“Informatica ar trebui să fie nu doar despre codare, ci să fie o parte din materie despre a **te proteja și a învăța despre lumea online**. Pentru că noi petrecem acolo mult timp, dar dacă nu ne ajută cu lucrurile de care ne lovim, degeaba”.
(Cezara)

În schimb majoritatea, mai ales din cei deja implicați, consideră că este foarte mare nevoie de **informare**, de **educație media** și de **educație juridică** (pentru ca “să-și cunoască drepturile”, cum spune Luiza). Acestor nevoi de (in)formare/ educare li se adaugă nevoi care țin mai mult de creșterea încrederii în eficiența acestor demersuri (**nevoia de modele sau de bune practici**) precum și o eventuală **protecție privind unele riscuri ale internetului**, ținând cont de faptul că legal, de multe ori intră la categoria de minori și există legislație specifică în ceea ce îi privește

Informare... și mai mult de atât

Cu toții cad de acord că, pentru a se implica în problemele sociale, tinerii trebuie să știe despre ele, iar pentru aceasta ei trebuie să fie informați. Dacă unii dintre ei consideră că pot ajunge singuri la știri, și uneori o și fac, căutând activ în presa românească sau străină, alții este nevoie ca **știrile să le fie livrate pe “înțelesul lor”**. Este o idee pe care deja am discutat-o arătând că unii tineri înțeleg să fie activi tocmai în acest proces de “traducere” a știrilor pe înțelesul tinerilor. Chiar dacă aceste inițiative (au fost date ca exemplu Gen Știri, Generația Vot, Politica la minut) sunt laudabile și de încurajat, pe termen lung trebuie gândită educarea media a tinerilor și încurajarea lor să își găsească singuri știrile și să le judece relevanța.

Ștefania mai aduce o nuanță la discuția folosind “**informare**” într-un **sens mai larg**, în care informațiilor le sunt atașate un anumit **sens** și anumite **valori**. Ea recunoaște că este de multe ori greu pentru tineri să-și găsească cauze în care să se implice (“*este foarte greu, ca tineri, să ne dăm seama care sunt lucrurile în care credem*”) pentru că există presiuni și judecăți sociale care îi pot face pe tineri să nu se implice sau să nu își afișeze interesul pentru o cauză anume.



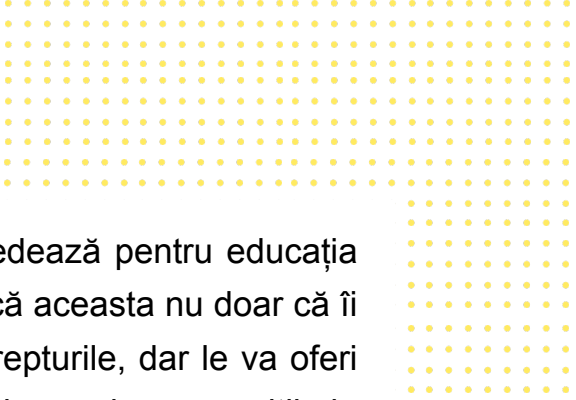
Cezara contribuie și ea la construirea înțelesului de informare necesară unei implicări reale, atrăgând atenția asupra capcanei ideologizării și a lipsei de înțelegere a implicațiilor profunde ale unor gesturi concrete, în numele unor “cauze”. Deși exemplul ei este anecdotic (fiind despre o persoană susținătoare a protecției animalelor și a veganismului care și-a omorât câinele hrănindu-l doar cu hrană vegetală), ideea în sine merită luată în seamă.

Competențe media

Relația dintre **educația / competențele media și implicare civică** este explicată pe diferite paliere de către respondenții noștri. Astfel, Luiza se referă la impactul pe care preluarea și acceptarea necritică a știrilor îl poate avea asupra **publicului larg**, care nu va **accepta existența anumitor probleme sociale** dacă se bazează doar pe imaginea deformată despre realitate pe care o impun știrile false. Exemplul pe care îl dă se referă la campania despre abuzul sexual în școli care, spune ea, a suscitât o mulțime de știri care clamau că nu există o astfel de problemă, datele oferite în cadrul campaniei fiind supra-raportate (deși organizația în care activa ea avea informații că acestea sunt sub-raportate).

Educație juridică

Majoritatea celor implicați au o adevărată pasiune pentru a citi legi: Tudor povestește că încă dinainte de a fi implicat civic a citit Codul Penal și Codul Civil, iar când a descoperit legea accesului la informații de interes public și-a găsit terenul de joacă. Ștefania spune că momentan are interdicție pe Lege5.ro dat fiind că a accesat site-ul de prea multe ori. Luiza, Anca, Răzvan dar și Aurel, care este neimplicat, cu toții fac referire la faptul că citesc regulamentele și legile care îi privesc pentru că nu vor să li se abuzeze drepturile, iar Dragoș, exprimându-se într-un mod colocvial, spune: *“la ora actuală, dacă nu ești cu legea-n mână, te fac imediat”*.



În aceste condiții, este de înțeles de ce cu toții pledează pentru educația juridică ca precondiție a implicării tinerilor, arătând că aceasta nu doar că îi va ajuta pe tineri să își cunoască și să își ceară drepturile, dar le va oferi instrumentele necesare să se ferească de intimidarea de pe poziții de putere, foarte prezentă în școala românească, după spusele lor (Tudor, Dragoș, Răzvan).

Protecție

O idee menționată doar de câțiva dintre respondenții noștri, dar asupra căreia merită reflectat, este nevoia de protecție a tinerilor mai ales atunci când aceștia sunt încurajați să se implice civic online. Așa cum arătam atunci când analizăm provocările activismului, **cyberbullying**-ul și **cyberhate**-ul sunt riscuri reale la care tinerii se expun, cărora li se adaugă **grooming**-ul. Mai mult, de multe ori implicarea civică este însoțită de expunerea la știri cu un **impact emoțional puternic** (lucru menționat de Luiza, Ștefania, Anca în contextul unor episoade de revenge porn, dar și de Răzvan în contextul monitorizării știrilor despre războiul din Ucraina).

“Eu făceam de asemenea monitorizarea conturilor de Telegram și Twitter pentru a ne ține la curent, căci eu eram obișnuit cu content de genul ăsta și am zis că nu o să mai traumatizez pe cineva cu content pe radicalizare” (Răzvan)

Nevoia de modele în activism

A le oferi tinerilor modele de activism, menționate de mulți dintre ei, răspunde la două nevoi: una pozitivă, de a oferi cale de urmat (sensul primar al termenului de model, sens menționat de Ștefania) și o nevoie negativă, de a combate descurajarea tinerilor oferindu-le încredere că lucrurile pot fi schimbate și, mai mult, că pot fi schimbate (și) prin acțiunile lor. Această descurajare apare de multe ori și printre cei implicați, așa cum arată Darius, și de aceea, spune el, menționarea reușitelor unora dintre

campaniile organizațiilor ar trebui să fie parte foarte importantă a comunicării.

“Mulți consideră că nu are impact (implicarea tinerilor - n.A.V.); și noi, la Consiliu, avem problema asta... uneori sunt complet dezamăgiți unii dintre noi, că vezi că muncești ore întregi și zile întregi și nu se întâmplă nimic. Și atunci unii renunță. Consideră că nu are sens și se dau bătuți.” (Darius)

Dacă Ștefania se referă la Aluziva ca fiind un posibil model de urmat pentru tineri, iar Răzvan la Zavatos, Dragoș vorbește despre lipsa unor modele ale tinerilor activați în mediul online care să îi inspire să le dea curaj tinerilor să își ceară drepturile. Este mai puțin important în acest sens domeniul pe care activează, cât modelul de activism pe care aceștia îl setează care “*să le dea încrederea că autoritățile trebuie să fie permanent sub lupa noastră*”.

“Dacă ar exista cineva activ și implicat de vârsta lor, ar avea alt impact. Și eu aș asculta pe cineva de vârsta mea față de ei doi (el urmărește pe internet doi activați de mediu care sunt în jur de 40-45 de ani - n.A.V.). Și eu aș asculta pe unii tineri, pe orice domeniu ar activa, pentru că ar prezenta punctul de vedere al nostru, al tinerilor.” (Dragoș)

La modul mai general, dincolo de exemplele specifice, modul în care este prezentat activismul tinerilor trebuie să fie și el adaptat, consideră Răzvan care denunță limbajul și atitudinea “elitiste” de care dau dovadă unii activați care manifestă puțină sau deloc disponibilitate să se deschidă spre un public mai larg, să fie incluzivi în sens real, nu doar într-un sens nișat.

“Vrei să le arăți tinerilor că implicarea e cool și sexy? Bun. Dar fă-o să fie așa. Hăhăitul pe Facebook la glume super nișate pe care doar câțiva le înțeleg, nu e OK. Chestia asta trebuie să se întâmple. Să se dea activismul jos din pod! Dacă te adresezi unei săli pline de oameni, fă-o în așa fel încât să te înțeleagă și un copil de 6 ani. (...) Apoi oamenii o să se schimbe: o să vadă sentimentul de **comunitate**, că e **cool**, că se **schimbă lucrurile**.” (Răzvan)

Criza (ne)implicării tinerilor. Voluntari...?

Un ultim aspect pe care vrem să-l atingem este cel al instituțiilor responsabile și al celor care ar putea să contribuie la această schimbare. În discuția despre cine poate să îi impulsioneze pe tineri spre implicare civică, cei mai mulți au înclinat spre școală, dat fiind că, “acolo petrecem cea mai mare parte din timpul nostru”, cum au spus unii. Totuși Răzvan argumentează pentru nevoia de implicare rapidă, într-o primă fază a societății civile care să creeze masa critică care să ceară schimbarea de atitudine la nivelul școlii, conștient fiind că este vorba despre mai mult decât de o schimbare de curriculum.

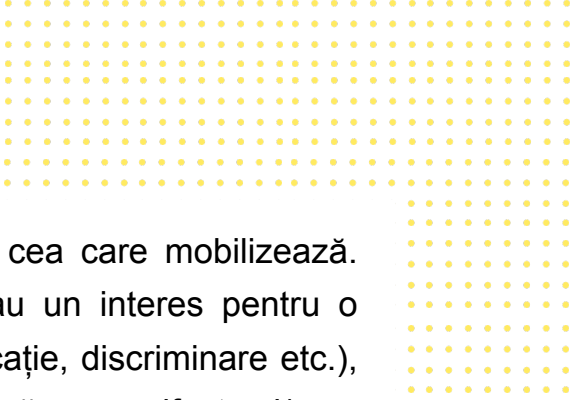
“Școala are o mare responsabilitate. Dar ar dura foarte mult până să schimbăm noi sistemul educațional. La fel ca în situații de criză când întâi intervine societatea civilă și abia apoi vin instituțiile publice și preia problema, la fel și acum. Dacă vrem să fie schimbare, atunci trebuie să creăm o masă care să ceară această schimbare. Nu te chinui în primă instanță la școală să crezi (să implementezi) orele de educație media, dezinformare și protecție digitală și alte chestii ci o faci cât mai aproape. O faci pe tiktok, faci campanii online, în care oamenii aștia să ceară ei mai degrabă lucrurile astea. Tinerii din România sunt super NE informați. Nu pot să spună câteva publicații sau locuri de unde își iau ei știrile. Toată lumea consideră că Bucureștiul e norma. Se duce în București și îi întreabă pe tineri și apoi spune: a, păi știu de unde să se informeze. Ne spun copiii de la noi de la bloc. Dar în București sunt doar 10% și alți 10% în orașele mari. Dar restul?” (Răzvan)

Și Tudor susține aceeași idee a responsabilității colective, extinzând-o și la nivelul autorităților locale (oferă exemplul unei primării care în ultimul timp are postări educative de promovare a educației media, cetățeniei active etc.), și a folosirii tuturor resurselor umane deja formate pentru a induce această schimbare. În mod concret se referă la educația media pentru care, “*chiar dacă profesorii nu se pricep*”, ar putea folosi tinerii activi sau alumni din Boardul Copiilor care sunt deja formați în acest sens și care ar putea susține astfel de workshopuri/ cursuri.

CÂTEVA CONCLUZII...

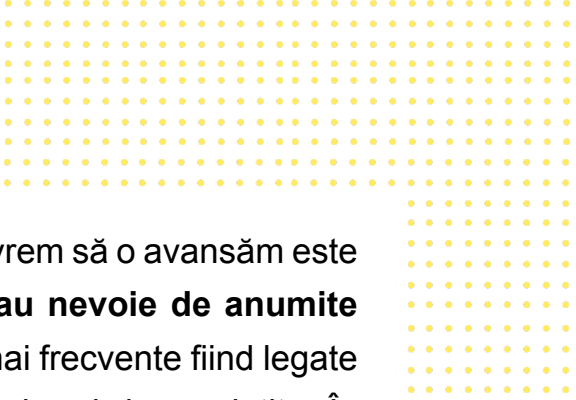
Așa cum spuneam la început, proiectul “*Schimbă lumea cu un meme. Educație media pentru cetățenie activă*” a pornit de la constatarea – pe baza unor cercetări anterioare (Velicu et al., 2020; European Commission, 2018) – unei slabe implicări a tinerilor în activități civice, cuplată cu un nivel scăzut al competențelor media care i-ar putea ajuta în această implicare (atât online, cât și offline). Cifrele din aceste rapoarte descriu o realitate care cere intervenție, dar nu duc la înțelegerea motivațiilor și a nevoilor din spatele acestor comportamente, înțelegere de care este nevoie pentru a decide modul în care trebuie intervenit. Pentru aceasta s-a impus necesitatea cercetării “*Implicarea civică a tinerilor văzută prin ochii lor*” care, pe baza a 17 interviuri semi-direcționate cu tineri cu vârste între 14-19 ani, a urmărit explorarea în profunzime a practicilor de implicare, a istoriilor și motivațiilor din spatele acestor practici, a cauzelor lipsei de implicare a unor tinerilor pentru cauze sociale, a provocărilor pe care le întâmpină tinerii în acest proces, precum și a locului pe care internetul îl ocupă în acest demers. Vom prezenta în final câteva concluzii generale ale studiului.

Prima constatare este aceea că există mai multe “profile” și istorii ale celor implicați, care sunt determinate de o combinație de factori conjuncturali / externi (e.g. existența / accesibilitatea unor organizații în care se pot înscrie și practica activismul) și factori structurali / interni (e.g. nevoia de implicare în activități extrașcolare și de a fi activ, atașament pentru anumite valori civice și sociale). Această constatare contrazice preconcepția conform căreia imboldul pentru activism rezidă strict în interesul special pe care unii tineri îl au pentru o cauză anume. De cele mai multe ori ceea ce determină implicarea este o bună întâlnire dintre **o conjunctură favorabilă în termeni de acces la o infrastructură (e.g., organizație, grup, platformă online) și pre-existența unei atitudini civice exprimate** prin convingerea interioară pe care unii tineri o au că trebuie să se implice, că mersul societății ține (și) de ei, că au un cuvânt de spus. Cauza, de cele mai multe



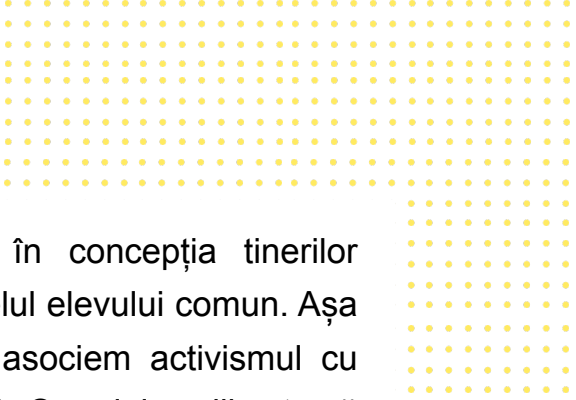
ori, este una “la îndemână” / contextuală dar nu cea care mobilizează. Corolarul acestei constatări este că tinerii care au un interes pentru o anumită “cauză” (e.g. probleme de mediu, de educație, discriminare etc.), dar care nu pot accesa o structură în cadrul căreia să se manifeste și/ sau le lipsesc elementele a ceea ce am numit atitudine civică vor rămâne cel mai probabil la o stare de neimplicare.

A doua constatare pe care vrem să o facem se referă la practicile prin care tinerii se implică în societate. Cercetarea a relevat o multitudine de astfel de practici care îmbină activități sau forme de protest clasic (e.g. pichetarea unei instituții publice) cu forme de protest inovative, unele la limita gherilei digitale. Deși se vorbește foarte mult despre apetența tinerilor pentru mediul online și despre fenomenul de “slacktivism” (sau “clicktivism”) (Morozov, 2011; Couldry, 2015) ca reprezentând o dezangajare a tinerilor față de problemele sociale, **cercetarea ne-a relevat modele viabile de implicare civică și, mai mult decât atât, ne-a relevat faptul că tinerii se raportează critic la riscurile și oportunitățile implicării civice online și offline, de cele mai multe ori considerând cele două forme ca fiind complementare.** În alegerea formei de manifestare a activismului, tinerii pun în scenă strategii foarte complexe, care sunt influențate de mai multe variabile (interesele lor, publicul căruia se adresează, resursele avute la dispoziție, timpul fiind una dintre cele mai importante, natura cauzei/ campaniei, dacă este vorba despre o implicare organizațională, de grup informal sau în nume individual etc.). Un singur tânăr s-a declarat “mai degrabă activist de online”, dar și acesta a avut colaborări cu organizații neguvernamentale în care a fost implicat în activități civice offline (e.g. Crucea Roșie, Consiliul Elevilor). Totuși, **internetul și-a câștigat un loc stabil în activismul tinerilor (importanța lui cel mai probabil crescând cu timpul), nu doar pentru promovarea activităților și comunicare, ci și pentru semnalare, informare, educare, networking, crearea de presiune pe autoritățile publice etc.**



Legat de precedenta idee, a treia concluzie pe care vrem să o avansăm este că **pentru o implicare civică a tinerilor aceștia au nevoie de anumite competențe**, printre care cele media (temele cele mai frecvente fiind legate de dezinformare și fake news) și juridice au fost cel mai des amintite. În literatura de specialitate există două tradiții referitoare la modurile de a conceptualiza relația dintre competențele media și cele digitale: grila DigComp a Comisiei Europene despre care am amintit mai sus (Vuorikari et al., 2016) include competențele media în cele digitale, în timp ce tradiția dinspre *media studies* și *critical media education* propune competențele media ca fiind cele înglobatoare (Buckingham, 2019). Din perspectiva tinerilor, ceea ce îi limitează sau îi împrumănesc în activismul lor sunt competențele media, cele digitale (văzute într-o perspectivă limitată, doar la nivel operațional) fiind considerate fie ca însușite deja, fie ca ușor de căpătat prin auto-educare (e.g. prin tutoriale video). Cu toate acestea, competențe digitale importante pentru o implicare civică a tinerilor în mediul online, mai ales cele legate de înțelegerea critică a modului cum funcționează media, cum comunică, cum reprezintă lumea, cum sunt produse și folosite (Buckingham, 2019) și cele legate de siguranța și securitatea pe internet, nu sunt deținute de cei mai mulți dintre ei, iar uneori nu apare nici măcar conștientizarea lipsei acestor competențe.

În sfârșit, ultima concluzie pe care vrem să o menționăm, legată de precedenta, se referă la **cine este responsabil pentru încurajarea și sprijinirea tinerilor în acest demers**. Dacă, așa cum arătam mai sus, câțiva tineri erau optimiști arătând că o responsabilitate orchestrată între diverse instituții (stat, autorități locale, sector non-guvernamental) ar fi eficientă în promovarea implicării tinerilor, cu toții au arătat spre școală/sistemul educațional românesc ca fiind actorul cu cea mai mare responsabilitate și cea mai mică implicare în a forma tinerii pentru a fi / deveni cetățeni activi și implicați. De la cultura supunerii și a blazării pe care o demască unii dintre subiecții noștri, la lipsa de abordare din partea școlii a unor competențe esențiale pentru implicare civică (e.g. competențe media,

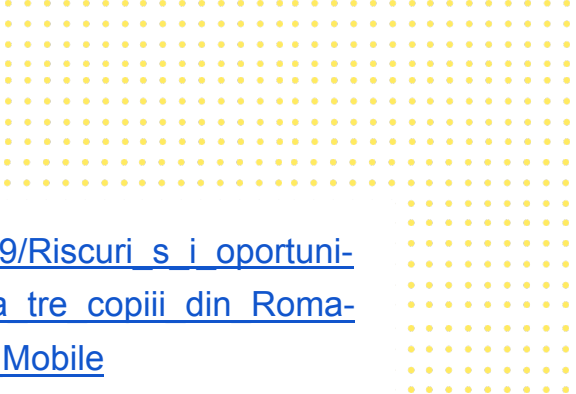


digitale, juridice) școala românească eșuează, în concepția tinerilor intervievați de noi, în a forma viitorii cetățeni la nivelul elevului comun. Așa cum aminteam în raport, de cele mai multe ori asociem activismul cu persoane și nu cu practici (cu “a fi” și nu cu “a face”). Or, rolul școlii este să ofere tinerilor instrumentele de care au nevoie la nivel de mentalități, dar și de cunoștințe, pentru a “practica activismul” atunci când aceștia consideră că este necesar. Este de menționat totuși faptul că există câteva structuri / organizații care apără interesele tinerilor care funcționează (e.g. Consiliul Elevilor, Boardul Copiilor, Girl Up România), dar acest lucru se întâmplă de cele mai multe ori în paralel (uneori chiar în răspăr) cu școala și nu în cadrul ei, iar succesul acestor organizații se datorează dedicației unor tineri (și sprijinului din partea unor organizații neguvernamentale internaționale), și mai puțin din partea școlii ca instituție.

Vom încheia mulțumindu-le tuturor tinerilor care au acceptat să împărtășească cu noi acțiunile lor, motivele pentru care aleg să se implice sau să nu se implice, valorile care îi motivează, provocările și obstacolele pe care le întâlnesc! Vă asigurăm că participarea voastră la cercetare este o formă de implicare civică care, sperăm noi, va duce la o schimbare.


REFERINTE

- Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, N. (2015). The myth of 'us': Digital networks, political change and the production of collectivity. *Information Communication and Society*, 18(6), 608–626.
- European Commission (2018). *Flash Eurobarometer 455; "European Youth". Report*. September 2017. doi:10.2766/869287.
- Livingstone, S. M., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. (2011). *Risk and Safety on the Internet* (London). London School of Economics. <http://eprints.lse.ac.uk/33731>
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. PublicAffairs.
- Velicu, A., Fotiade, N. și AVĂDANI, I. (2020). *Conectat la media! Interacțiunea tinerilor din România cu media*. București: Centrul de Jurnalism Independent și MediaWise Society. <https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/11/STUDIU-CJI-001-WEB1.pdf>
- Velicu, A., Balea, B., & Barbovschi, M. (2019). *Acces, utilizări, riscuri și oportunități ale internetului pentru copiii din România. Rezultatele EU Kids Online 2018*. EU Kids Online și DigiLiv-REI. https://www.academia.edu/38372598/Acces_utilizari_riscuri_si_oportunitati_ale_internetului_pentru_copiii_din_Romania_Rezultatele_EU_Kids_Online_2018
- Velicu, A., Mascheroni, G. & Ólafsson, K. (2014). *Riscuri și oportunități ale folosirii internetului mobil de către copiii din România*. București: Ars



Docendi. https://www.academia.edu/15659639/Riscuri_si_oportunitati_in_folosirea_internetului_mobil_de_catre_copiii_din_Romania Raportul proiectului Net Children Go Mobile

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S. & Brande, L. V. den. (2016). *DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model* (EUR 27948 EN; pp. 1–44). Luxembourg Publication Office of the European Union. http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101254/jrc101254_digcomp%202.0%20the%20digital%20competence%20framework%20for%20citizens.%20update%20phase%201.pdf



Material realizat cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Cercetarea de față face parte din proiectul “*Schimba lumea cu un MEME! Educație media pentru cetățenie activă*”, al cărui scop este de a consolida gândirea critică a tinerilor și a crește implicarea lor civică online și offline în activități de apărare a drepturilor omului sau în activități de advocacy pentru politici educaționale. Proiectul va fi derulat în perioada mai 2022 - martie 2023.

Informațiile despre proiect sunt disponibile pe <https://mediawise.ro/actiune/educatie-media-cetatenie-activa/>