



Istoria comunicării

curs 5

Lector univ. dr.
Georgiana UDREA



Time for
MOVIE

Structură

- **Nosedive (Black Mirror)**
(1h)



- **Analiză film** pornind de la concepte și teorii prezentate la cursurile anterioare! **(1h)**



Relevanța filmului

- Relevanța filmului pentru disciplina istoria comunicării & pentru comunicarea de masă, în general
- Relevanța filmului pentru anumite **teme/ perspective teoretice/ concepte** din cursul de IC

Synopsis-ul filmului

- Povestea și intriga filmului
- Cele mai importante personaje și legătura dintre ele

Evaluarea generală a filmului

- Cum a fost prezentată acțiunea? (flashbacks, secvențial, perspectiva unui singur personaj etc.)
- Care credeți că a fost intenția regizorului și/ sau a realizatorului? A fost îndeplinită? (argumente)
- Care sunt scenele/ întâmplările pe care le considerați relevante pentru dezvoltarea acțiunii și a posibilelor interpretări oferite de spectatori?

Evaluarea specifică a filmului

- Puteți identifica în interiorul filmului anumite paradigme teoretice?
- Care sunt **temele proeminente** ale filmului? (mai ales din perspectiva disciplinei pe care o studiem împreună)

Teme/ subiecte abordate

- **sinele ca produs social** - interacțiunile/ relațiile reciproce dintre oameni
= baza dezvoltării sinelui și a înțeleșurilor pe care acesta le acordă obiectelor, evenimentelor & lumii înconjurătoare
- **sinele:** "I" - impulsiv; "Me" - cenzura socială
- **sinele-oglină:** *Sunt ceea ce cred că tu crezi că sunt*
- **sinele multiplu + discrepanța sine offline/ sine online**
- **managementul reputației online:** cum se construiește, care sunt efectele: pozitive, negative
- **utilizări & recompense ale (social) media + alte teorii?**
- **stereotipuri**
- **altele?**

Sinele ca produs social

- Sinele/ identitatea se construiește printr-o relație vie, dinamică, cu alte identități (Barth, 1995)
- Elementul hotărâtor în formarea identității este **interacțiunea socială**, relația cu celălalt (negocierea și strategia identitară)
- **Învăț cine sunt în și prin interacțiunea cu alții și cu mediul social**, în și prin **comunicarea** cu cei din jur -> feedback-ul celorlalți e esențial -> **sinele oglindă** (Cooley)
- **Berger & Luckmann (1966)**: "Identity is not a *natural given*, nor a product that is subject to acts of individual will; rather, it is *formed by social processes* and *reshaped by social relations*" (p. 194)

Sinele multiplu

- Sinele multiplu?
 - Ce presupune? Identitățile multiple sunt convergente sau se exclud reciproc?
 - Exemple relevante din film?
- **sinele online** = una dintre multiplele fațete ale sinelui (emergentă în contextul utilizării sporite a tehnologiilor comunicaționale noi)
- discrepanța sine offline/ sine online => efecte la nivelul coerenței individului cu sine însuși

Sinele-oglindă

- Explicați distincția dintre cele 2 componente ale sinelui în viziunea lui G.H. Mead ("I" vs "Me") și identificați câteva scene relevante pentru fiecare dintre ele
- Instanțe ale **sinelui-oglindă** la nivelul filmului?
 - Ce înseamnă acest concept și cum se reflectă în comportamentul personajului principal?
 - **Câte scene** relevante pentru ilustrarea acestui concept ați identificat? (0,5p la notă pentru primul răspuns complex)!
 - **VORBIM**, nu scriem pe chat!

Teme/ subiecte abordate

- Sinele online

- Ce este și care sunt caracteristicile sale?

- Cum își construiește personajul principal identitatea virtuală (tehnici, strategii, mecanisme etc.)?

- MENTIMETER

- Care sunt, la nivelul personajului principal, efectele construirii unei imagini (narațiuni) virtuale idealizate despre sine în planul vieții reale?

Experiența voastră...

- Cum vă construiți VOI identitatea în mediul online?
- Care sunt aspectele de care țineți cont când decideți ce tip de conținut să încărcați pe platformele sociale folosite?



Like



Love



Haha



Wow

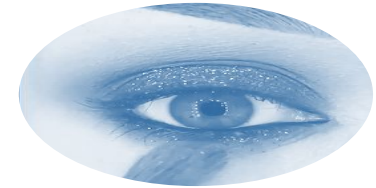


Sad



Angry

Teme/ subiecte abordate



- managementul reputației/ gestionarea impresiilor celorlalți (în) online
 - ce înseamnă? (Vă amintiți de *Goffman*?)
 - not only possible, BUT highly expected (Frunzaru & Garbașevschi, 2016)
 - cum se construiește? (strategii)
 - care sunt efectele: pozitive, negative?
- Identificați scene relevante în film și discutați conceptul pornind de la ele!

Identitatea = construct social



- Similar conceptelor de 'sine-oglină' (Cooley) sau 'altul generalizat' (Mead) (care evidențiază raportul sinelui cu mediul înconjurător)



perspectiva dramaturgică asupra vieții sociale a lui Goffman -> sinele drept „fabricare/ construire colaborativă” între un interpret (performer) și publicul său

=> existența sa depinde de recunoașterea pe care o primește de la un public



the socially embedded nature of identity
(identitatea cuiva nu prinde contur până când nu a fost recunoscută de alții)

-> perspectiva dramaturgică folosește limbajul și cadrul teatrului pentru a examina interacțiunea socială

Să reluăm! Goffman spune că...

- **Indivizii își petrec majoritatea vieții interacționând cu ceilalți.** Aceste interacțiuni *modelează* opiniile oamenilor despre ei înșiși, care sunt apoi reflectate în modul în care aceștia se prezintă în timpul interacțiunilor
- Pentru a interacționa, indivizii trebuie să *definească* situația și rolurile pe care le vor juca (pentru Goffman, evoluția cotidiană a individului se reduce la un joc de rol) => *perspectiva dramaturgică* asupra interacțiunii sociale
- Modul în care fac aceasta influențează felul în care vor interacționa
- În general, ei încearcă să-și potrivească comportamentul cu cel al altora, iar această ajustare se produce printr-o serie de încercări, ghidate de reacțiile celorlalți
- În interacțiune, identitățile evoluează și se schimbă constant atât în funcție de reacțiile celorlalți cât și în funcție de specificul situației
- În interacțiune, avem tendința de a ne prezenta altora într-o lumină cât mai favorabilă => **managementul impresiilor** => ascunderea anumitor aspecte și *emfaticizarea* strategică a altora

Impression Management

A process in which we try to influence somebody's perceptions about a person, thing, or event.

Impression Management - Fancy Chocolates

Promote

A romantic gift

Shows you have class



Super taste

Everybody likes chocolate

High cocoa content



Hide

They can make you fat

They ruin your teeth



They make kids hyperactive

Poison for dogs.

Aşadar, ...



- *The presentation of self in everyday life, 1959*
- Goffman = unul dintre primii autori care a susţinut că interacţiunile servesc o funcţie de (auto)prezentare a unei imagini a sinelui
- Actorii sociali: negocieri complexe în interiorul sinelui pentru a proiecta impresia dorită
- Impresia (favorabilă, pozitivă): **menţinută** prin performarea consistentă a unor comportamente coerente şi complementare (vezi simetria verbal/ non-verbal), prin denaturarea faptelor, prin mobilizarea unor **acţiuni strategice, intenţionate, conştiente** (tactici de auto-prezentare)

managementul impresiei

Managementul impresiei (în) online

- Indivizii nu încearcă să gestioneze impresiile celorlalți doar față în față, ci și în medii computerizate (Zhao et al., 2008)
- **Auto-prezentarea online și gestionarea impresiilor = eforturi conștiente** de a controla comportamentele selectate pentru a lăsa impresia dorită asupra unui anumit public

□ De ce?

- Dincolo de dorința de acceptare și integrare socială, cel puțin 2 motivații pertinente (Leary, 1996):
 - (1) publicitatea
 - (2) probabilitatea interacțiunilor viitoare

Altele?

Riscuri/ probleme asociate consumului sporit de imagini idealizate



- ...
- ...
- ...
- ...

- MENTIMETER

- Pentru mai multe informații pe subiect:
 - Frison & Eggermont, 2016; Hew, 2011; Mehdizadeh, 2010; Sheldon, 2008; Schau & Gilly, 2003; Syn & Oh, 2015; Ștefăniță, Udrea, Buturoiu & Corbu, 2016; Toma & Hancock, 2013; Tosun, 2012; Ulmanu, 2012 etc.

Riscuri/ probleme asociate consumului sporit de imagini idealizate



- realități denaturate și opinii nerealiste despre viața altor oameni (dar și despre viața proprie)
- reprimarea unor informații personale, înlocuirea lor cu detalii modificate sau inventate, care corespund mai bine sinelui dorit
- confuzie și incertitudini cu privire la sinele interior
- încredere în sine dezechilibrată, stimă de sine dependentă de „aprecierile” și reacțiile celorlalți
- profiluri false, vieți sub acoperire
- mai puțină fericire/ mulțumire/ satisfacție cu propria viață
- etc.

- **The Social Dilemma!**

!!! These effects are strongly connected to the amount of time spent on social networking sites and individuals' age.

Alte teme/ subiecte abordate

- utilizări & recompense ale (social) media

- mai multe informații pe acest subiect aici: Pew Research Center, 2019; Wang et al., 2015; Kosinski et. al.2014; Hew, 2011; Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Boyd, 2007; Ellison et al., 2007; Lampe et al., 2006

- stereotipuri (tipologii, exemple)

Relevanța filmului în contextul actual

- Putem argumenta pentru o **ancorare socială a filmului**?
Cum se leagă el de contextul social?
- În ce măsură se pliază portretizările din acest film pe societatea românească actuală? (argumentați)
- În ce măsură **vă regăsiți în portretizările/ ideile vehiculate** la nivelul filmului?

Impactul filmului

- Care credeți că este, în general, impactul filmului asupra spectatorilor?
- Cum evaluați impactul filmului asupra voastră? Credeți că v-a influențat/ vă poate influența într-o anumită direcție/ în legătură cu anumite subiecte?
- Ați identificat informații/ opinii/ perspective noi la nivelul mesajului transmis?

Lecții de învățat/ concluzii

- Care sunt **concluziile voastre** cu privire la acest film și la mesajul pe care își propune să-l transmită?
- Care ar fi **recomandarea** voastră legată de film? Ce credeți că nu ar trebui să uite spectatorii când urmăresc acest film?
- Care sunt, în opinia voastră, **lecțiile de învățat** în urma vizionării acestui film?
- **Alte întrebări/ comentarii/ observații/ sugestii din partea voastră?** 😊😊