

JURNALISM PENTRU TINERI

YJ4SD

forum.ong

PENTRU DEMOCRATII SUSTENABILE

FORUM
APULUM

Acest studiu este coordonat de Asociația Apulum Forum cu sprijinul financiar al Uniunii Europene prin programul Erasmus+, proiectul Youth Journalism for Sustainable Democracies (YJ4SD), sub numărul de proiect 2025-1-RO01-KA220-YOU-000361575. Conținutul prezentului material reprezintă responsabilitatea exclusivă a autorilor, iar Agenția Națională și Comisia Europeană nu sunt responsabile pentru modul în care va fi folosit conținutul informației.

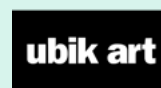
Proiectul YJ4SD este coordonat de Asociația Apulum Forum (RO) și implementat în parteneriat cu Ubik Art (IT) și Association 61 (PL).

Forum Apulum este o organizație non-guvernamentală înființată în 2017, care promovează educația civică și implicarea socială. Credem că o democrație puternică poate fi construită prin formarea tinerilor cetățeni într-un mediu sigur, care promovează libertatea de exprimare, gândirea critică și educația prin surse informale.

Mai multe informații la www.forum.org.



Co-funded by
the European Union



Cuprins:

Introducere	5
Metodologie	8
Context	13
Delimitarea Generației Alpha și cadrul analitic al cercetării	14
Accesul la internet și infrastructură digitală a copilăriei în România	15
Platforme digitale și tipare de consum media ale Generației Alpha	16
Relația cu informația: încredere, evaluare critică și dezinformare	18
Limbaj digital, creativitate și apartenență comunitară	19
Poziționarea României în context european	20
Concluzii: implicații pentru designul cercetării	21
Principalele constatări ale cercetării	22
Integrarea digitală în viața cotidiană	23
Aplicațiile preferate și platformele utilizate frecvent	23
Dinamica consumului digital	24
Mediere parentală și autonomie digitală	26
Limbaj vizual și cultura apartenenței	27
Influenceri și relații centrate pe conținut	28
Informarea copiilor în context digital	29
Dezinformarea și detectarea „fake news”	29
Conținut sensibil și protecție emoțională	30
Tipologii de conținut preferat	31
Fomo și presiunea conectării	32
Bunăstare subiectivă și experiență digitală	32
Reprezentare, drepturi și participare	33
Identitatea europeană	34
Valori, aspirații și reprezentări ale succesului	35

Analiza datelor cantitative

36

Tipare de utilizare a internetului	37
Accesul la infrastructura digitală și rolul controlului parental	42
Cum folosesc copiii și adolescenții internetul	46
Conținut și interese online	54
Ce tip de conținut ar trebui să creeze adulții pentru adolescenți	59
Surse de informare și dezinformare	64
Relația cu influencerii	66
Identitate europeană	67
Stare de bine și anxietate asociată mediului online	68
Anxietatea și bunăstarea copiilor	69
Concluzii din cercetarea cantitativă	70

Analiza datelor calitative — perspectiva adolescenților

72

Timpul liber al copiilor: organizare, socializare și activități cotidiene	73
Aplicațiile preferate și platformele utilizate frecvent	76
Consumul digital: preferințe tematiche și activități online	77
Jocurile online: practici ludice și semnificații sociale	79
Expunerea la conținut sensibil și mecanisme de protecție EMOȚIONALĂ	81
Urmărirea influencerilor	83
Consum versus creare de conținut	84
Informarea ca proces informal și contextual	86
Dezinformarea și detectarea „fake news”	87
Subiecte serioase, emoții și evitarea conținutului negativ	89
Atitudini civice, democrație și identitate europeană	91
Concluzii din cercetarea calitativă	102

Analiza datelor calitative — perspectiva părinților

105

Viața digitală: între fascinație și dependență	106
Tehnologia ca spațiu de conectare familială	108
Socializarea: mutarea relației în online	109
Democrația, regulile și interesul pentru actualitate	111
Rețele sociale: vizibilitate, risc și reglementare	113
Strategii parentale de reglare a utilizării digitale	115
Sinteza perspectivelor parentale	118

Concluzii și recomandări

120

Generația Alpha între digital cotidian și formare civică	121
Model interpretativ: cultura digitală pragmatică și relațională	122
Tensiuni structurale și vulnerabilități emergente	123
Implicații pentru jurnalism și educație	125

Bibliografie

127

INTRODUCERE

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Introducere

Prezentul raport oferă o analiză integrată a modului în care Generația Alpha (8–15 ani) își construiește experiența cotidiană în mediul digital și a felului în care aceasta influențează socializarea, informarea, formarea identitară și cultura civică. Studiul pornește de la premisa că digitalul nu mai poate fi tratat ca spațiu separat de „viața reală”, ci ca infrastructură operațională a existenței sociale, unde comunicarea, jocul, școala și relațiile se desfășoară simultan.

Cercetarea analizează nu doar durata utilizării, ci mai ales modurile de utilizare, sensurile atribuite și competențele sau vulnerabilitățile dezvoltate. Accentul cade pe dimensiunea calitativă: raportarea la informație, gestionarea relațiilor, utilizarea codurilor culturale digitale (emoji, meme, micro-narațiuni), relația cu influencerii și experiențele emoționale asociate conectivității permanente.

Raportul integrează date cantitative (chestionar) și calitative (focus-grupuri), oferind o perspectivă comparativă asupra practicilor și reprezentărilor digitale. Analiza propune un model interpretativ al culturii digitale juvenile, evidențiind dinamica dintre apartenență și autonomie, dintre expansiune digitală și autoreglare, precum și dintre participare formală și influență reală.

Un obiectiv central vizează relația dintre digitalizare și formarea civică. Studiul explorează raportarea la democrație, reguli, reprezentare și identitate europeană, subliniind caracterul pragmatic și experiențial al acestor procese. Cultura civică este analizată în legătură cu experiențele școlare și comunitare, nu ca rezultat al unor expuneri ideologice abstracte.

Raportul identifică și zone de echilibru fragil: intensificarea utilizării în weekend, FOMO, presiunea apartenenței, consumul incidental de informație și vulnerabilitatea la dezinformare într-un ecosistem dominat de algoritmi și conținut generat prin inteligență artificială. Vulnerabilitățile sunt analizate contextual, nu ca indicatori ai unei crize generalizate.

Dincolo de diagnoză, cercetarea fundamentează recomandări pentru jurnalism, educație și sprijin parental, orientate spre dezvoltarea unei utilizări responsabile și critice a digitalului, atât cantitativ, cât și calitativ. Abordarea propusă este complementară, implicând școala, familia și spațiul mediatic în consolidarea competențelor digitale și civice.

Raportul oferă astfel o bază empirică pentru înțelegerea unei generații profund integrate digital, aflate într-o negociere continuă între conectare, autonomie și reglare externă, într-un context social și tehnologic marcat de transformare accelerată.

METODOLOGIE

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Cercetarea este construită pe un design mixt comparativ transnațional, care combină analiză cantitativă, calitativă și desk research pentru a oferi o înțelegere aprofundată și comparabilă a Generației Alpha în România, Polonia și Italia. Metodologia susține obiectivul proiectului de a dezvolta strategii inovatoare de conținut pentru Gen Alpha, orientate spre consolidarea jurnalismului pentru tineri și a educației civice.

Obiectivele cercetării

Obiectivul general este înțelegerea modului în care Generația Alpha se informează, comunică și își construiește identitatea în mediul digital, precum și a raportării la valorile democratice și identitatea europeană. Studiul oferă o bază empirică pentru strategii jurnalistice și educaționale adaptate specificului cultural și digital din cele trei țări.

Obiectivele specifice vizează:

- analiza tiparelor de utilizare a internetului (timp online, dispozitive, activități, relația cu influencerii);
- investigarea surselor de informare și a evaluării credibilității informației;
- explorarea practicilor de socializare și a codurilor culturale digitale;
- analiza dimensiunii identitare și a raportării la democrație și UE;
- examinarea rolului părinților în medierea digitală.

Coerență metodologică transnațională

Pentru asigurarea comparabilității, a fost elaborat un chestionar comun, cu itemi identici în toate țările, completat de secțiuni adaptate local. Instrumentul a fost supus procedurilor de translation–back–translation și adaptare interculturală, pentru echivalență semantică și conceptuală. Ghidurile de focus group au urmat aceeași structură tematică, permițând analiza sistematică a convergențelor și diferențelor culturale.

Desk Research

Componenta de desk research a fundamentat conceptual studiul printr-o revizuire a literaturii privind adolescența digitală, consumul media și participarea civică. Au fost analizate rapoarte ale European Commission, EU Kids Online, UNICEF, Eurobarometre și studii academice (Scopus, Web of Science), pentru identificarea conceptelor relevante și a tendințelor emergente în cercetarea privind alfabetizarea media, dezinformarea și identitatea europeană.

Ancheta sociologică

Componenta cantitativă constă într-un chestionar online aplicat copiilor între 8–15 ani. În România, eșantionul include 257 respondenți, selecți prin metoda „bulgărelui de zăpadă” din rețele școlare. Deși nereprezentativ statistic, eșantionul asigură diversitate de gen și mediu (urban/rural), permițând comparații descriptive.

Chestionarul (5–7 minute) a fost anonim și aplicat cu consimțământ parental. Analiza a inclus statistici descriptive, cross-tab-uri și, pentru variabile relevante (implicare digitală, anxietate, bunăstare), modele multivariate, pentru a testa menținerea diferențelor în analiză simultană. Obiectivul nu a fost testarea cauzalității complexe, ci identificarea tiparelor generale.

Focus group-uri

Componenta calitativă a inclus cinci focus group-uri cu copii (28 participanți) și unul cu părinți (6 participanți). Grupurile au fost organizate pe segmente de vârstă și mediu (urban/rural), pentru a surprinde diferențe de practici digitale și raportare civică.

Discuțiile au fost realizate față în față (copii) și online (părinți), cu consimțământ informat și înregistrare audio. Recrutarea a urmărit echilibrul de gen și diversitatea socio-teritorială. Culegerea datelor a avut loc în luna ianuarie, respectând standardele etice aplicabile cercetării cu minori.

Etică, validitate și rigoare metodologică

Studiul a respectat principiile de protecție a minorilor și a datelor personale. Participarea a fost voluntară, cu posibilitate de retragere, iar datele au fost anonimizate și stocate securizat. Instrumentele au fost pretestate pentru adecvare la nivelul de vârstă.

Validitatea concluziilor a fost consolidată prin triangulare metodologică, corelând datele cantitative cu dinamica discursivă din focus group-uri, reducând riscul de bias asociat unei singure metode.

Analiza integrată a datelor

Analiza finală combină profiluri statistice și comparații între grupuri cu interpretarea calitativă a experiențelor digitale. Integrarea surselor permite o imagine coerentă asupra practicilor media, socializării și valorilor Generației Alpha.

Datele cantitative oferă o perspectivă de ansamblu asupra utilizării internetului și a atitudinilor declarate, iar analiza calitativă aprofundează motivațiile și semnificațiile asociate mediului digital. Triangularea identifică convergențe și diferențe între declarațiile din chestionar și discursurile din grupuri.

Rezultatele fundamentează strategii de jurnalism pentru tineri, adaptate culturii digitale actuale, inclusiv formate inovatoare (umor digital, graphic journalism) și intervenții educaționale orientate spre dezvoltarea

gândirii critice, a competențelor media și a participării civice informate în rândul noilor generații.

Limite metodologice

Componenta cantitativă se bazează pe un eșantion de conveniență (snowball sampling), construit prin rețele școlare și organizații partener. Această procedură facilitează accesul la respondenți, dar nu asigură reprezentativitate națională. **Datele indică tendințe și tipare emergente, fără posibilitatea de extrapolare statistică la întreaga populație.**

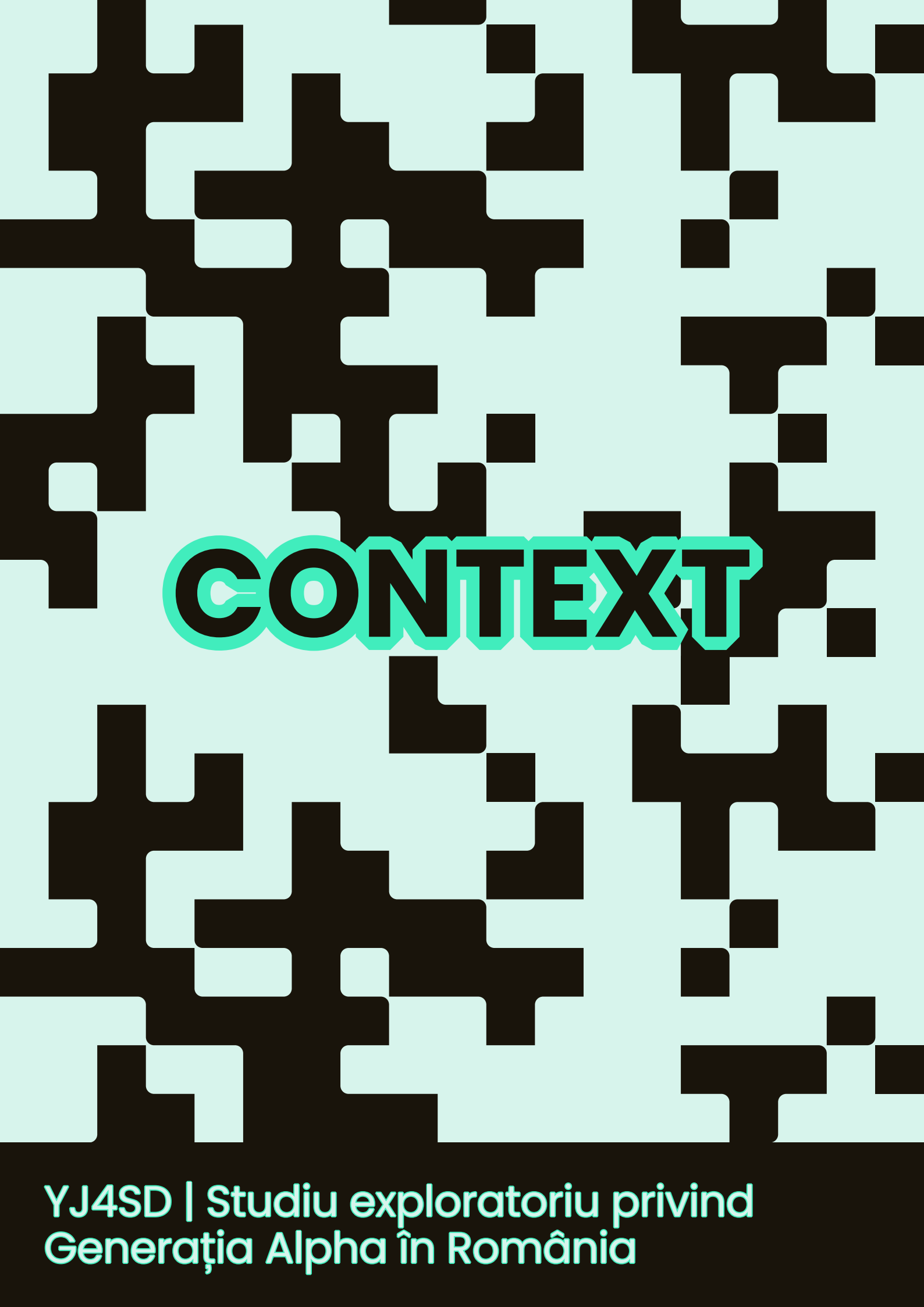
Chestionarul utilizează auto-raportare, ceea ce poate genera bias de memorie (estimarea timpului online), dezirabilitate socială sau diferențe în înțelegerea itemilor. În cazul minorilor, aceste riscuri sunt influențate de nivelul variabil de maturitate cognitivă.

Componenta calitativă oferă profunzime, dar nu are caracter reprezentativ. Numărul redus de participanți în focus group-uri și dinamica de grup pot influența exprimarea opiniilor (dominanță, conformare). Diferențele de vârstă afectează nivelul de abstractizare în discuții despre democrație sau identitate europeană.

Analiza conținutului digital are caracter exploratoriu, fără o examinare cantitativă exhaustivă a ecosistemului online. Concluziile au rol de contextualizare, nu de cartografiere completă.

Datele surprind o perioadă limitată de timp, iar practicile digitale ale tinerilor sunt influențate de dinamici rapide (trenduri, algoritmi, evenimente sociale). Rezultatele reflectă, astfel, un context temporal specific.

Aceste limite nu diminuează relevanța cercetării, dar impun prudență interpretativă și susțin necesitatea unor studii viitoare, inclusiv longitudinale și comparative, pentru a urmări evoluția practicilor digitale și a atitudinilor civice.



CONTEXT

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Delimitarea generației alpha și cadrul analitic al cercetării

În literatura recentă, Generația Alpha desemnează copiii născuți după 2010, aflați în copilărie și adolescență timpurie. În acest raport, termenul este utilizat ca delimitare de cohortă, pentru a surprinde experiențe comune asociate creșterii într-un mediu digital stabilizat. Specificul acestei generații constă în faptul că digitalul nu este un element adăugat ulterior, ci un cadru constitutiv al dezvoltării. Tehnologiile și platformele online sunt integrate în familie, școală și relații, influențând comunicarea, învățarea și formarea identității.

Spre deosebire de Generația Z, care a experimentat tranziția către digital, Generația Alpha crește într-un context în care platformele sunt deja normalizate și funcționează ca infrastructuri ale socializării și informării. Mediul online nu este perceput ca spațiu distinct de viața „reală”, ci ca parte a rutinei zilnice.

În România, termenul este rar utilizat în cercetări empirice, majoritatea studiilor referindu-se la categorii generale („elevi”, „copii și tineri”), fără delimitări clare între cohorte. Această abordare limitează comparabilitatea și reduce capacitatea de a surprinde particularitățile unei generații formate într-un ecosistem digital specific. Proiectul adoptă, prin urmare, o perspectivă explicit generațională, tratând copiii ca cohortă socializată digital, nu doar ca grup de vârstă.

În absența unor cercetări longitudinale dedicate exclusiv Generației Alpha, cadrul analitic este construit prin integrarea critică a datelor europene comparative și a studiilor naționale relevante. Această sinteză fundamentează formularea întrebărilor de cercetare și selecția variabilelor analizate în etapa empirică.

Pentru a înțelege experiențele digitale ale Generației Alpha, este necesară analiza condițiilor concrete de acces și a infrastructurii tehnologice care susțin utilizarea internetului în copilărie. Cercetările din România arată că internetul este prezent devreme în viața copiilor și devine rapid parte a rutinei zilnice, inclusiv în ciclul primar. Aproximativ șase din zece elevi din clasele III–IV folosesc internetul zilnic, iar procentul crește progresiv până la aproape totalitatea liceenilor (Centrul pentru Jurnalism Independent, 2025). Dimensiunea eșantionului și acoperirea întregului parcurs școlar transformă acest studiu într-un reper pentru descrierea contextului socio-digital.

Pentru majoritatea copiilor, **smartphone-ul este principalul dispozitiv de conectare, utilizat pentru divertisment, comunicare și activități școlare.** Studiile europene arată că acest tip de acces favorizează un consum rapid, fragmentat și vizual, orientat către imagini și videoclipuri, în detrimentul lecturii aprofundate (OECD, 2021). Datele naționale confirmă și contactul timpuriu cu rețelele sociale, uneori înainte de vârsta minimă recomandată (Salvați Copiii România, 2022).

Digitalizarea copilăriei nu este însă uniformă. **Utilizarea internetului este influențată de factori socio-economici, nivelul de educație al părinților și tipul de mediere parentală.** Simplul acces nu garantează experiențe similare: diferențele apar atât în resursele materiale, cât și în tipurile de activități și competențele dezvoltate (Livingstone et al., 2020).

În România, aceste diferențe sunt vizibile între urban și rural și între familii cu resurse diferite. Deși conectivitatea de bază s-a extins, calitatea accesului rămâne inegală. Unii copii au dispozitive personale și conexiuni stabile, alții folosesc echipamente partajate sau tehnologii limitate, ceea ce afectează utilizarea internetului în scopuri educaționale (Salvați Copiii România, 2022; CJI, 2025).

Literatura europeană arată că, **în familiile cu resurse reduse, dependența de dispozitive comune limitează diversitatea activităților online și oportunitățile de învățare** (Internet of Children 2025, 2025). Aceste constatări sunt relevante și pentru contextul românesc, marcat de inegalități sociale și teritoriale persistente.

Pe lângă infrastructura materială, rolul părinților este decisiv. **Părinții cu competențe digitale mai dezvoltate adoptă mediere activă, discutând conținutul și susținând gândirea critică.** În familiile cu resurse culturale reduse, intervenția se limitează frecvent la controlul timpului sau este absentă (Livingstone et al., 2020).

Aceste diferențe modelează direct experiențele copiilor. Unii dezvoltă competențe critice, alții utilizează internetul mai pasiv, cu risc crescut de dezinformare sau expunere la conținut inadecvat. În acest sens, **mediul digital poate amplifica inegalitățile existente** (Internet of Children 2025, 2025).

Analiza Generației Alpha în România trebuie, prin urmare, să depășească simpla constatare a accesului și să integreze contextul social, familial și educațional al utilizării tehnologiei. Această perspectivă este esențială pentru înțelegerea modului în care accesul se transformă în tipare concrete de consum media și utilizare a platformelor.

Platforme digitale și tipare de consum media ale Generației Alpha

Dincolo de simpla existență a accesului tehnologic, relevant pentru analiza Generației Alpha este modul concret de utilizare a internetului în viața cotidiană. Datele naționale arată că, încă de la vârste mici, activitățile digitale gravitează în jurul rețelelor sociale și al platformelor video. În rândul elevilor din clasele III–IV, internetul este folosit în principal pentru joacă, socializare și divertisment. Jocurile online sunt cel mai frecvent menționate, urmate de interacțiuni cu prietenii și consum de muzică și videoclipuri. **Producția de conținut propriu este semnificativ mai redusă decât vizionarea materialelor create de alții** (Centrul pentru Jurnalism Independent, 2025). Profilul indică o socializare digitală timpurie orientată predominant spre consum, cu exprimare creativă limitată.

Platformele utilizate reflectă aceste tipare. YouTube și WhatsApp sunt frecvent menționate, alături de aplicații bazate pe imagini și clipuri scurte. Odată cu înaintarea în vârstă, aplicațiile se diversifică, iar TikTok capătă relevanță inclusiv ca sursă de informare. România se înscrie într-un peisaj media orientat puternic către conținut video, TikTok fiind

utilizat frecvent pentru informare la nivelul populației generale (European Parliament, 2025). Aceste date descriu ecosistemul în care Generația Alpha este socializată.

Informarea are adesea caracter neintenționat. Copiii ajung la conținut informațional prin feed-uri personalizate și recomandări automate, mai rar prin căutare deliberată. Presa tradițională ocupă un rol marginal; conținutul jurnalistic este mediat de platforme sociale (CJI, 2025; Newman et al., 2025).

Consumul este fragmentat și marcat de multitasking. Utilizarea smartphone-ului favorizează treceri rapide între jocuri, videoclipuri și mesaje, fără delimitări clare între informare și divertisment. Studiile europene arată că acest model conduce la sesiuni scurte de atenție și experiențe online discontinue (OECD, 2021; DigiGen Consortium, 2023).

Un rol decisiv îl au **algoritmii, care structurează expunerea prin sugestii automate și redare continuă.** La vârste mici, înțelegerea acestor mecanisme este limitată, ceea ce sporește dependența de arhitectura platformelor (OECD, 2021; Next Gen News, 2025).

Consumul depășește clar producția. Elevii urmăresc frecvent ce postează alții, dar creează rar conținut propriu, ceea ce indică o **participare predominant pasivă** (CJI, 2025; DigiGen Consortium, 2023).

Jocurile online sunt integrate într-un ecosistem mai larg ce include videoclipuri, live-uri și comunități digitale. Joaca, socializarea și consumul media se suprapun, iar jocurile devin noduri centrale ale experienței online (EU Kids Online, 2020; CJI, 2025).

Selecția conținutului este influențată puternic de dimensiunea emoțională și de relațiile cu egalii. Materialele percepute ca amuzante sau relevante pentru viața cotidiană sunt preferate, iar popularitatea în rețelele de prieteni funcționează ca mecanism de validare (UNICEF, 2021; Livingstone et al., 2020).

Aceste tipare – dominanța video, utilizarea multiplă a platformelor și influența algoritmică – modelează modul în care copiii ajung la informație și o interpretează. Pe acest fundal, secțiunea următoare examinează relația Generației Alpha cu informația, din perspectiva încrederii, evaluării critice și vulnerabilității la dezinformare.

Raportarea Generației Alpha la informație se conturează într-un mediu digital caracterizat de flux continuu, selecție algoritmică și interacțiuni constantă cu egalii. Pentru copiii care cresc cu platformele ca parte firească a vieții cotidiene, informația nu este căutată sistematic, ci apare integrată în feed-uri personalizate, alături de divertisment și conținut social.

Studiile europene arată că pentru generațiile tinere „informația relevantă” nu se limitează la știri, ci include conținut social, civic sau de divertisment, consumat în principal prin rețele sociale și platforme video (Next Gen News, 2025). Această perspectivă reflectă repertoriile media reale ale copiilor și evită reducerea analizei la știri în sens tradițional.

În România, încrederea se construiește mai ales prin relații de proximitate – prieteni, familie, creatori de conținut urmăriți online – și mai puțin prin raportare directă la instituții media. O informație este considerată credibilă dacă este distribuită de persoane cunoscute, apare în mai multe locuri sau confirmă convingeri existente. Aceste criterii funcționează ca strategii euristice, utilizate în absența unor proceduri explicite de verificare (CJI, 2025).

Instrumentele de verificare – identificarea sursei, compararea versiunilor, analiza imaginilor – sunt folosite rar, mai ales la vârste mici. Mulți elevi nu reacționează la conținut îndoielnic și întâmpină dificultăți în diferențierea dintre știri, opinii și conținut produs de influenceri (CJI, 2025). Aceste practici indică un nivel încă fragil al alfabetizării media și o dependență de validarea socială.

Cercetările internaționale confirmă aceste vulnerabilități. Elevii au dificultăți în evaluarea credibilității și tind să își supraevalueze competențele critice, mai ales într-un ecosistem dominat de imagini și videoclipuri scurte cu încărcătură emoțională ridicată (Universită Vita-Salute San Raffaele, 2024).

La nivel funcțional, doar o parte dintre elevi știu să raporteze conținut problematic, să își configureze setările de confidențialitate sau să își gestioneze activ prezența online (CJI, 2025). Diferențele sunt influențate de vârstă, mediu și mediere parentală, cu efecte asupra siguranței digitale și a capacității de a lua decizii informate.

Combinarea informării incidentale, a dominanței conținutului vizual și a încrederii bazate pe proximitate conturează un context de expunere sporită la dezinformare și conținut inadecvat. Literatura europeană subliniază **necesitatea introducerii timpurii a educației media și a gândirii critice digitale ca dimensiuni centrale ale dezvoltării copiilor** (UNICEF, 2021; OECD, 2021).

Dincolo de informare, mediul digital este și spațiu de exprimare și construire a identității. Secțiunea următoare analizează limbajele digitale, formele de creativitate și mecanismele de apartenență comunitară specifice Generației Alpha.

Limbaj digital, creativitate și apartenență comunitară

Mediul digital funcționează pentru Generația Alpha ca spațiu central de socializare, exprimare și construire a relațiilor. **Platformele nu sunt folosite doar pentru comunicare, ci și pentru a se face remarcați și a construi apartenență.** Rețelele sociale devin spații de participare culturală, unde copiii învață norme informale, ierarhii de prestigiu și modele de interacțiune.

Comunicarea online este dominată de **imagini, videoclipuri scurte și simboluri recognoscibile – meme-uri, emoji-uri, sunete virale, referințe din jocuri.** Aceste coduri permit transmiterea rapidă a sensurilor și integrarea în grup, fără argumentare elaborată. Ele devin parte a limbajului digital cotidian și funcționează ca instrumente de coeziune.

Sentimentul de apartenență se construiește atât prin participare activă (postări, comentarii, trenduri), cât și prin participare pasivă (urmărire, aprecieri, vizionare). Ambele au funcție socială, contribuind la recunoaștere simbolică și poziționare în comunitate. Micro-culturile de platformă devin spații de socializare informală, unde regulile sunt învățate prin observare și feedback (DigiGen Consortium, 2023).

Din perspectivă analitică, expresia digitală nu se reduce la producția de conținut. **Consumul, circulația și reacția la materialele altora sunt forme relevante de participare,** prin care copiii își construiesc

identități și poziții sociale. Chiar și fără expunere activă, ei negociază statut și apartenență.

Umorul, ironia și jocul simbolic reprezintă resurse legitime de exprimare identitară. Prin aceste forme ludice, copiii comentează experiențe cotidiene și teme publice, într-un limbaj adaptat mediului digital. Chiar neformulate explicit ca discurs civic, aceste expresii pot reflecta atitudini și orientări valorice.

Literatura internațională evidențiază rolul creatorilor de conținut în procesele de socializare digitală. Aceștia sunt percepuți ca figuri de proximitate simbolică, oferind modele de comportament și stiluri de viață. Relațiile parasociale pot deveni surse de inspirație, validare sau sprijin emoțional, influențând gusturi și aspirații (Robb & Mann, 2025; Next Gen News, 2025).

Expunerea timpurie la aceste influențe contribuie la normalizarea unor norme și așteptări promovate online, cu efect asupra construirii identității digitale și a relațiilor sociale. Interacțiunea cu creatorii de conținut devine astfel o dimensiune analitică distinctă a experienței Generației Alpha.

Poziționarea României în context european

În raport cu tendințele europene, România urmează aceeași direcție de digitalizare timpurie a copilăriei, internetul devenind infrastructură cotidiană încă de la vârste mici. Platformele video și aplicațiile sociale structurează experiența media, iar accesul la informație este frecvent filtrat prin feed-uri algoritmice și distribuire în rețelele de egali.

Literatura comparativă semnalează însă vulnerabilități mai pronunțate în zona competențelor digitale critice. Deși abilitățile operaționale sunt dobândite rapid, persistă dificultăți în evaluarea credibilității informației, în înțelegerea mecanismelor algoritmice și în identificarea conținutului problematic (Livingstone et al., 2020; OECD, 2021; Internet of Children 2025, 2025).

Un element distinctiv este predominanța unei medieri parentale restrictive, centrată pe limitarea timpului online, nu pe dezvoltarea capacității de analiză critică. Această orientare poate reduce oportunitățile

de consolidare a autonomiei digitale și a înțelegerii funcționării platformelor (Livingstone et al., 2020).

Datele naționale confirmă asocierea dintre utilizare intensă și alfabetizare media inegală, ceea ce poate crește expunerea la dezinformare și conținut inadecvat vârstei (Centrul pentru Jurnalism Independent, 2025).

Prin includerea României alături de Polonia și Italia, proiectul urmărește identificarea diferențelor de ecosistem media și a unor bune practici transferabile în educația media și civică, adaptate specificului fiecărui context.

Concluzii: implicații pentru designul cercetării

Literatura analizată indică faptul că Generația Alpha crește într-un ecosistem digital stabilizat, în care internetul funcționează ca infrastructură cotidiană a socializării, divertismentului și învățării. În România, utilizarea este predominant mobilă și orientată spre conținut video, jocuri și comunicare, în timp ce **informarea deliberată rămâne secundară.**

Deși competențele operaționale se dezvoltă rapid, persistă lacune în evaluarea critică a informației, în înțelegerea algoritmilor și în diferențierea dintre conținut jurnalistic, opinie și conținut generat de influenceri. **Încrederea se construiește preponderent prin relații de proximitate, iar verificarea informației rămâne contextuală.**

Contextul românesc reflectă tendințele europene, dar este marcat de inegalități de acces și mediere parentală predominant restrictivă, ceea ce influențează dezvoltarea competențelor digitale critice. Participarea online este mai frecvent de tip consum decât producție activă.

Aceste constatări au fundamentat designul cercetării empirice, orientat spre analiza tiparelor de utilizare, a mecanismelor de încredere și verificare, a rolului algoritmilor, a formelor de expresie digitală și a medierii parentale. În același timp, ele susțin necesitatea unei cercetări reprezentative la nivel național și a unor abordări longitudinale și comparative, capabile să surprindă evoluția practicilor digitale și transformările culturii civice emergente în rândul Generației Alpha.

PRINCIPALELE CONSTATĂRI ALE CERCETĂRII

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Principalele constatări ale cercetării

Integrarea digitală în viața cotidiană

Utilizarea internetului este integrată în rutina cotidiană a copiilor și nu este percepută ca un spațiu distinct de viața „reală”. Timpul liber este descris ca flexibil, orientat spre alegere personală, iar digitalul face parte natural din acest repertoriu.

Se constată o intensificare clară a utilizării în weekend. În timpul săptămânii, 48% dintre copii petrec 2–3 ore/zi online, iar 17% depășesc 6 ore/zi. În weekend, 21% ajung la 5–6 ore/zi, iar 24% declară 7+ ore/zi, indicând o extindere a timpului online în contextul unei autonomii crescute.

Vârsta reprezintă principalul factor de diferențiere. În grupa 11–15 ani, utilizarea de 5–7+ ore/zi în weekend devine frecventă, corelată cu deținerea smartphone-ului personal și cu un nivel mai ridicat de autonomie. Odată cu intrarea în gimnaziu, digitalul capătă rol de hub relațional și recreativ.

Internetul are un caracter polifuncțional: 63% îl folosesc zilnic pentru jocuri și 63% pentru comunicare, 54% pentru muzică și 53% pentru conținut video. În paralel, 51% îl utilizează pentru activități școlare, 41% pentru învățare extrașcolară și 44% pentru interese personale. Profilul rezultat evidențiază prioritatea socializării și a divertismentului, cu funcții educaționale complementare.

Se remarcă o complementaritate online–offline, copiii alternând activitățile în aer liber cu utilizarea ecranelor. Utilizarea intensă pentru jocuri și comunicare este percepută ca prelungire a relațiilor existente, nu ca substituție a interacțiunilor directe.

Aplicațiile preferate și platformele utilizate frecvent

Platformele utilizate în urban și rural se suprapun aproape complet. YouTube (72%) și aplicațiile de mesagerie (61%) constituie infrastructura

de bază a consumului și comunicării zilnice, urmate de Instagram (46%), TikTok (46%) și Roblox (46%). Datele din focus-grupuri confirmă aceeași familiaritate cu aplicațiile dominante, ceea ce indică absența unor diferențe semnificative între medii în privința tiparelor de utilizare.

Platformele sunt percepute predominant în termeni funcționali, nu simbolici. Copiii le definesc prin **utilitate concretă – comunicare, muzică, videoclipuri, jocuri – mai degrabă decât prin categorii abstracte precum „rețea socială”**. Această raportare explică ponderea ridicată a jocurilor și comunicării (63% fiecare) în utilizarea zilnică. Digitalul apare ca instrument operațional al vieții cotidiene, nu doar ca spațiu de autoprezentare.

Diferențele relevante apar mai ales în funcție de vârstă. La 8–10 ani predomină platformele cu orientare ludică, percepute ca fiind mai sigure și mai ușor de controlat, în timp ce la 11–15 ani utilizarea se diversifică și se deplasează către aplicații cu funcție socială extinsă – Instagram, TikTok, Snapchat, Discord. **Această tranziție marchează trecerea de la consum preponderent ludic la socializare intensă și afirmare identitară, evoluție confirmată și de datele cantitative.**

Se observă, de asemenea, o integrare a tehnologiilor AI: 33% dintre respondenți utilizează chatboți. Procentul indică includerea timpurie a acestor instrumente în practicile cotidiene, cu potențial educațional, dar și cu necesitatea dezvoltării competențelor critice privind utilizarea lor.

Triangularea datelor arată că digitalul funcționează ca infrastructură centrală a vieții sociale și culturale. Platformele dominante susțin simultan consumul de conținut, comunicarea și divertismentul, iar ecosistemul este relativ omogen social; **diferențele relevante sunt generate în principal de nivelul de autonomie asociat vârstei, nu de mediul urban sau rural.**

Dinamica consumului digital

Datele conturează un profil dominant de consum, în care muzica (59%), conținutul despre relații (58%), jocurile (53%) și activitățile școlare (51%) structurează utilizarea zilnică. Producția proprie de conținut rămâne secundară, iar utilizarea este orientată în principal spre divertisment și conectare socială, mai degrabă decât spre exprimare creativă constantă.

Se remarcă o preferință clară pentru **conținut scurt și amuzant**, justificată prin relevanța pentru interesele personale (62%) și caracterul distractiv (58%). Videoclipurile scurte sunt asociate cu **forme rapide de autoreglare emoțională și cu diminuarea oboselei**. Interacțiunea (like/share) este determinată în special de amuzament (49%) și de dorința de a distribui către prieteni (34%), ceea ce indică o atenție selectivă, orientată spre relevanță imediată și valoare relațională.

Dimensiunea educațională este prezentă, dar utilizată predominant instrumental. Deși 51% folosesc zilnic internetul pentru teme și 40% apreciază conținutul informativ, informarea este activată mai ales de nevoi punctuale, nu de o practică autonomă constantă. Datele calitative confirmă că **tutorialele și materialele informative sunt accesate atunci când există un scop clar și delimitat**.

Personalizarea algoritmică consolidează percepția de control asupra experienței online. Feed-urile sunt resimțite ca adaptate intereselor individuale, iar **autoreglarea se realizează prin gesturi simple – scroll, schimbarea aplicației, întreruperea conținutului**. Această dinamică susține stabilitatea consumului și menține o experiență percepută ca familiară și previzibilă.

La nivel relațional, comunicarea (63%) este orientată în principal spre menținerea relațiilor existente și coordonarea activităților școlare. Socializarea online are un caracter funcțional și orientat către activitate. **Copiii disting între relații apropiate și interacțiuni periferice, fără a le confunda**.

Perspectiva părinților adaugă dimensiunea co-participării familiale, în care tehnologia poate deveni cadru de colaborare – jocuri educative, proiecte școlare, sesiuni comune de gaming. În aceste situații, digitalul funcționează ca instrument de consolidare relațională, nu exclusiv ca sursă de tensiune.

Se evidențiază astfel o tensiune structurală între consumul individual și integrarea relațională. Pentru copii, digitalul este parte firească a rutinei cotidiene; pentru părinți, el rămâne simultan resursă și potențial risc. **Co-participarea apare ca mecanism de echilibrare între autonomie și control parental**.

Mediere parentală și autonomie digitală

Smartphone-ul personal devine aproape universal după 11 ani: 87% dintre respondenți dețin propriul dispozitiv, iar diferențele urban-rural sunt minime. Vârsta este variabila decisivă: la 8-10 ani accesul este frecvent mediat familial, în timp ce între 11-15 ani telefonul devine obiect personal permanent, cu impact direct asupra frecvenței utilizării și a autonomiei digitale.

Autonomia crește gradual, în acord cu etapa de dezvoltare.

Deși 35% declară că au nevoie întotdeauna de acord pentru instalarea aplicațiilor și 29% doar uneori, datele calitative indică o relaxare progresivă a restricțiilor. Medierea este mai strictă la copiii mici și mai flexibilă la adolescenți, pe măsură ce crește încrederea în autoreglare.

Diferențele de experiență digitală sunt explicate mai ales de stilul parental și regulile familiale, nu de mediul de rezidență. În multe familii, timpul online este organizat normativ – restricții în timpul săptămânii și relaxare în weekend. **Conflictele apar în special la final de săptămână, când dispozitivul devine activitate implicită, sugerând o dependență funcțională de ecran ca soluție la plictiseală.**

Strategiile parentale oscilează între limitare, negociere și monitorizare tehnologică prin aplicații de control parental, configurând o externalizare parțială a autorității. Practica reflectă **tensiunea dintre încredere și control**, într-un context în care online-ul este perceput simultan ca necesar pentru integrare și ca mediu dificil de gestionat.

Rețelele sociale sunt asociate cu risc nu prin utilizare în sine, ci prin vizibilitate publică și expunere reputațională. Se conturează două modele dominante – **protecționism normativ și educație graduală** – ambele orientate spre echilibrarea apartenenței digitale cu siguranța.

Chiar și în condiții de restricție, copiii manifestă competență digitală ridicată, ceea ce sugerează că medierea influențează mai ales durata utilizării, nu familiaritatea cu platformele.

Jocurile online și logica recompensei

Jocurile online ocupă un loc central în cultura digitală a copiilor: 63% se joacă zilnic, iar 54% urmăresc constant conținut asociat (știri despre jocuri, streameri, e-sports). Platforme precum Roblox (46%) și Minecraft (19%)

combină competiția cu creativitatea, iar în focus-grupuri apar ca repere conversaționale comune și elemente ale unei culturi partajate între egali.

Atractivitatea este susținută de recompensa rapidă și progresul vizibil. Nivelurile, punctajele și câștigurile simbolice consolidează sentimentul de competență și control, într-un cadru predictibil în care efortul este asociat direct cu rezultatul. Părinții confirmă rolul feedback-ului imediat în menținerea implicării.

Dimensiunea creativă amplifică autonomia: în special în Roblox și Minecraft, copiii valorizează posibilitatea de a construi și modifica lumi virtuale. Jocul este perceput nu doar ca divertisment, ci și ca spațiu de experimentare identitară și inițiativă personală.

Jocurile funcționează totodată ca infrastructură relațională, susținând co-prezența și consolidarea relațiilor. Comunicarea simultană creează micro-comunități stabile, iar participarea devine criteriu de apartenență.

Relaxarea și performanța coexistă: reducerea stresului și afirmarea prin câștig sunt motivații suprapuse. Deși părinții semnalează dificultăți de desprindere, copiii descriu strategii de autoreglare, precum întreruperea voluntară în caz de frustrare.

Din perspectiva parentală, dinamica recompenselor poate amplifica timpul petrecut online și genera tensiuni legate de echilibru. Apar însă și forme de co-participare familială, în care jocul devine cadru de conectare. Jocurile online se conturează astfel ca spațiu de competență, creativitate și relaționare, negociat constant între autonomie și control parental.

Limba vizuală și cultura apartenenței

Limba vizuală constituie o infrastructură relațională centrală în comunicarea digitală a copiilor. Emoji-urile, meme-urile și GIF-urile funcționează ca scurtături emoționale standardizate, integrate firesc în conversațiile zilnice. Ele transmit rapid reacții, reduc ambiguitatea și diminuează nevoia de explicații, mai ales în mesaje scurte și dinamice.

Consumul este dominat de formate video. Preferința pentru clipuri scurte (57,6%) și pentru video-uri mai lungi (49,8%) depășește net interesul pentru texte extinse (7,4%), care rămâne marginal. Story-urile (33,5%)

și meme-urile (27,6%) completează repertoriul, confirmând orientarea către stimuli rapizi și impact imediat.

Din perspectivă calitativă, **meme-urile funcționează ca forme de umor colectiv și ca marcatori ai apartenenței.** Sensul este construit în interiorul grupului, iar distribuirea unui meme semnalează integrarea într-un cod cultural comun, mai mult decât afirmarea individuală.

GIF-urile și stickerele ajustează rapid tonul conversației – exprimând ironie, acord sau entuziasm – și susțin o comunicare multimodală, în care imaginea prevalează asupra textului. Mesajul este calibrat în funcție de relație și context, nu formulat ca declarație elaborată.

Comunicarea digitală este orientată spre eficiență și coeziune relațională, nu spre performanță identitară publică. Formatele vizuale susțin menținerea legăturilor și reglarea interacțiunilor cotidiene, mai degrabă decât construirea unei imagini publice complexe.

Influenceri și relații centrate pe conținut

Urmărirea influencerilor este o practică extinsă: 73% dintre adolescenți declară că urmăresc creatori de conținut. Relația rămâne însă slab personalizată identitar. **Influencerii sunt percepuți prioritar ca furnizori de conținut, nu ca modele de viață sau repere aspiraționale.**

Motivația este predominant recreativă și estetică. Stilul amuzant sau interesant (63%), dorința de distracție (51%) și percepția de autenticitate (51%) sunt principalele justificări. Urmărirea este legată de compatibilitatea cu interesele personale – jocuri, muzică, umor – mai degrabă decât de notorietate. În acest registru, materialul primează în fața autorului.

Autenticitatea este valorizată, dar într-un mod pragmatic și reversibil. A „părea autentic” înseamnă naturalețe și coerență, însă aprecierea depinde de relevanța constantă a conținutului. Atașamentul este flexibil și se diminuează când interesul scade.

Dimensiunea educațională este secundară, dar prezentă: 37% urmăresc influenceri pentru a învăța ceva, iar 29% pentru că aceștia discută „lucruri importante”. Aceste situații sunt însă punctuale și nu definesc dominant relația cu creatorii de conținut.

Informarea copiilor în context digital

Informarea copiilor are un caracter relațional, selectiv și contextual. Familia este principala sursă declarată (58%), urmată de rețelele sociale (47%), prieteni (46%) și școală (45%). Accesul la informație este integrat în contexte de proximitate, nu inițiat prin căutare sistematică.

Rețelele sociale funcționează ca spațiu de informare incidentală. **Expunerea apare în fluxul mixt de divertisment și actualitate, prin scroll continuu.** Sursele tradiționale – televizorul (36%) și site-urile de știri (23%) – au o pondere mai redusă, iar chatboții AI (21%) apar ca instrument emergent de acces punctual.

Interesul pentru informație este utilitar. **Politica și știrile generale suscită interes limitat; relevanța este activată când informația are aplicabilitate imediată** (școală, hobby-uri, situații concrete). Consumul direct de știri rămâne scăzut, iar evitarea conținutului negativ indică o strategie de autoprotecție emoțională.

Importanța unei știri este stabilită prin validare socială. O informație devine semnificativă când este discutată în familie sau la școală, nu prin autoritatea formală a sursei; relevanța este conferită prin circulație și conversație.

Dezinformarea și detectarea „fake news”

Verificarea informației este prezentă, dar contextuală, nu sistematică. Aproximativ 50% dintre respondenți au întâlnit informații percepute ca false, însă reacția dominantă este ignorarea (72%), iar doar 30% declară că au verificat conținutul. Datele calitative arată că **verificarea este activată când subiectul este important, alarmant sau personal relevant;** interesul direct declanșează trecerea de la consum pasiv la căutare deliberată.

Cea mai frecventă strategie este compararea surselor: 53% verifică credibilitatea sursei, 38% caută informația în altă parte, iar 40% citesc comentariile. **Focus-grupurile confirmă apelul la „o a doua sursă”, indicând o înțelegere intuitivă a validării multiple,** fără aplicare constantă.

Copiii manifestă sensibilitate la clickbait și la discrepanțele dintre titlu și conținut, identificând exagerarea sau promisiunile înșelătoare ca semnale

de manipulare. Aceasta sugerează o alfabetizare media incipientă, bazată pe indicatori vizibili mai degrabă decât pe analiză aprofundată.

Validarea rămâne puternic relațională: 50% verifică informația întrebând un adult. Apelul la părinți sau bunici funcționează ca strategie de siguranță, iar filtrarea are adesea caracter intergenerațional, mai ales la vârste mici.

Există conștientizare a manipulării prin AI, însă competențele tehnice sunt limitate. Deși doar 18% folosesc instrumente AI pentru verificare, riscul conținutului generat artificial este menționat. Prudența nu este susținută de proceduri sistematice de analiză.

Persistă o vulnerabilitate: 12% afirmă că nu verifică deloc informația, iar 24% nu au reacționat la conținut îndoielnic. Evaluarea rămâne adesea intuitivă și dependentă de context.

Se observă o maturizare graduală odată cu vârsta. Adolescenții utilizează mai frecvent compararea surselor (38%), citirea comentariilor (40%) sau verificarea directă (30%), în timp ce copiii mai mici se bazează pe medierea adultă (50%). Totuși, reacțiile active nu devin dominante.

Relația cu informația online indică o alfabetizare media în formare: există sensibilitate la manipulare și verificare punctuală, dar și vulnerabilitate la dezinformare într-un ecosistem dominat de fluxuri algoritmice și conținut generat prin AI.

Conținut sensibil și protecție emoțională

Conținutul perceput ca violent sau trist provoacă disconfort emoțional și este gestionat în principal prin evitare rapidă. Copiii identifică materialele care generează teamă sau tristețe și reacționează prin scroll, ignorare sau schimbarea aplicației, activând mecanisme spontane de autoreglare.

Când experiențele negative depășesc capacitatea individuală de gestionare, sprijinul este căutat prioritar în grupul de egali, nu la adulți. Prietenii oferă validare și sfaturi, iar trăirile online rămân adesea în interiorul universului generațional.

Medierea parentală are un caracter predominant normativ, centrat pe reguli, vizibilitate și riscuri reputaționale. Deși copiii declară că pot apela la un adult în situații de incertitudine, reacția dominantă la conținut problematic rămâne gestionarea individuală sau ignorarea. **Multe experiențe emoționale negative sunt astfel procesate fie personal, fie în cercul de prieteni, fără a fi aduse constant în spațiul familial.**

Percepția unui control personal asupra mediului digital – prin gesturi simple precum scroll sau schimbarea aplicației – consolidează sentimentul de autonomie și reduce tendința de a externaliza emoțiile către adulți.

Participarea online este în mare parte pasivă. Majoritatea copiilor preferă să urmărească decât să creeze conținut, iar reacțiile minimale (like-uri, emoji-uri, story-uri temporare) sunt preferate postărilor permanente, semnalând prudență reputațională și dorința de control asupra vizibilității.

Se conturează o diferență de focalizare: **părinții definesc riscul în termeni de expunere publică, în timp ce copiii îl trăiesc în registru afectiv, ca impact emoțional imediat.** Această asimetrie generează un decalaj între percepția adultă a riscului și experiența efectivă a copilului.

Gestionarea emoțiilor online este astfel dominată de autoreglare și sprijin între egali, în timp ce intervenția parentală rămâne centrată pe control și vizibilitate, ceea ce poate limita înțelegerea profundă a trăirilor copiilor.

Tipologii de conținut preferat

Preferințele de conținut indică un echilibru între util și distractiv: materialele educative (58,5%) și cele amuzante (58,1%) sunt urmate de teme despre viața adolescenților (39%), relații (37,8%) și emoții/sănătate mentală (35,7%). Învățarea și divertismentul nu apar ca opuse, ci integrate într-un consum orientat spre relevanță personală și relaxare.

Dimensiunea emoțională și relațională este constant prezentă: peste o treime dintre respondenți aleg conținut despre emoții și interacțiuni sociale. **Interesul pentru știri (32%) crește atunci când acestea sunt explicate accesibil,** sugerând că receptivitatea depinde mai ales de format și contextualizare, nu de respingerea temei în sine.

Odată cu vârsta, se observă o maturizare tematică. Adolescenții (11–15) preferă mai frecvent conținut legat de relații, identitate și știri explicate, în timp ce grupa 8–10 ani rămâne orientată predominant spre educativ și divertisment, indicând o diferențiere progresivă a intereselor.

Diferențele urban–rural sunt de nuanță, nu structurale: în urban apar mai des preferințe pentru relații și actualitate explicată, iar în rural pentru conținut educativ și distractiv. La nivel de gen, se remarcă o orientare relațional–emoțională mai accentuată la fete și o preferință relativ mai mare pentru divertisment la băieți, fără polarizări marcate.

Fomo și presiunea conectării

Îngrijorarea legată de imposibilitatea verificării mesajelor este strâns corelată cu intensitatea utilizării: copiii care petrec 6+ ore/zi online raportează semnificativ mai frecvent niveluri ridicate de disconfort, în timp ce la utilizare redusă reacția este aproape absentă. Se conturează o dependență funcțională de mesagerie, în care accesul continuu la conversații devine parte a echilibrului cotidian.

Sensibilitatea la deconectare crește odată cu vârsta. Adolescenții declară mai frecvent îngrijorare comparativ cu grupa 8–10 ani, sugerând că, pe măsură ce autonomia digitală se consolidează, comunicarea online capătă statut de infrastructură relațională stabilă, iar întreruperea accesului produce disconfort.

Mediul urban indică o presiune ușor mai ridicată a conectării permanente, în timp ce genul nu diferențiază semnificativ nivelul de îngrijorare. Anxietatea legată de necunoașterea activităților prietenilor este asociată în principal cu volumul de utilizare, nu cu variabile demografice.

FOMO reflectă astfel internalizarea normei conectării continue: odată cu creșterea timpului online, prezența devine criteriu implicit de apartenență, iar deconectarea temporară este resimțită ca pierdere relațională.

Bunăstare subiectivă și experiență digitală

Majoritatea copiilor raportează un nivel ridicat al bunăstării subiective (scoruri 8–10), iar valorile scăzute sunt marginale. Diferențele în funcție

de gen și vârstă sunt moderate și nu indică polarizări consistente; autonomia digitală crescută nu se asociază cu o diminuare sistematică a bunăstării.

Mediul de rezidență nu generează variații relevante, iar **timpul petrecut online nu conduce automat la niveluri mai scăzute de satisfacție.** În discursul calitativ, mediul digital este descris predominant ca spațiu de relaxare, divertisment și conectare, nu ca sursă centrală de stres.

Copiii utilizează mecanisme spontane de autoreglare – evitarea conținutului prin scroll sau relativizarea cognitivă a situațiilor neplăcute – iar grupul de egali funcționează ca principal factor protector în episoadele de disconfort. Participarea preponderent orientată spre consum și gestionarea prudentă a vizibilității contribuie la reducerea presiunii reputaționale.

Reprezentare, drepturi și participare

Democrația este înțeleasă preponderent în termeni experiențiali și relaționali, nu abstracti. Socializarea democratică se produce prin situații concrete – alegerea șefului clasei, consiliul elevilor, conflicte sau episoade de nedreptate – iar **participarea este asociată cu posibilitatea de „a avea un cuvânt de spus” în contexte apropiate, nu cu adeziunea ideologică.**

Interesul pentru politica macro rămâne redus, însă competențele civice se formează la nivel micro, prin gestionarea regulilor, dialogul cu profesorii și reacția la situații percepute ca incorecte. Părinții confirmă această orientare pragmatică, ancorată în experiențe directe și negocierea cotidiană a normelor.

Copiii manifestă o conștientizare a limitelor procesului democratic: observă influența alianțelor sau a simpatiilor și disting între procedură și corectitudine. **Votul este perceput ca necesar, dar imperfect;** atunci când participarea nu produce efecte vizibile, apare scepticismul și percepția unei implicări formale.

Reprezentarea este asociată cu responsabilitate și control al puterii. Rolul de lider este interpretat ca obligație, nu doar ca statut, iar posibilitatea de a avertiza sau înlocui un reprezentant este internalizată și extinsă simbolic la nivel societal.

Drepturile sunt formulate în echilibru cu responsabilitățile, conturând o viziune coerentă asupra cetățeniei, care include respectarea regulilor și grija față de spațiul comun. Există disponibilitate pentru participare, însă influența este percepută ca limitată; absența consultării poate conduce la retragere dacă nu este însoțită de mediere educativă.

Diferențele urban–rural sunt mai degrabă de articulare decât de fond: în urban predomină limbajul drepturilor și procedurilor, în rural exemplele concrete. Valorile centrale – echitate, responsabilitate și control al autorității – rămân convergente.

Identitatea europeană

Între 88% și 90% dintre respondenți se declară în acord cu afirmațiile „mă consider european”, „sunt mândru că trăiesc în Europa” și „simt că fac parte din Europa”, indicând un nivel foarte ridicat de identificare europeană, chiar dacă un segment minoritar (10–12%) exprimă o anumită distanță identitară.

Apartenența este formulată predominant pragmatic, în termeni de mobilitate, liberă circulație și acces la oportunități, mai degrabă decât ca atașament ideologic. Europa este percepută ca infrastructură de posibilități, nu ca simbol abstract.

Identitatea europeană este activată contextual – în situații precum călătorii, lecții la școală sau comparații cu alte state – sugerând o identitate latentă, susținută de experiență directă, nu de expunere constantă la discurs politic.

Uniunea Europeană este legitimată prin beneficii vizibile: infrastructură, siguranță, oportunități educaționale și profesionale, protecție în context geopolitic. Legitimitatea se construiește prin rezultate concrete, nu prin atașament instituțional formal.

În reprezentările copiilor apare frecvent o fuziune simbolică între UE și ideea de securitate colectivă (inclusiv referințe la NATO), accentul fiind pus pe protecție și sprijin reciproc, nu pe distincții instituționale precise.

Valorile europene sunt internalizate pragmatic: libertatea (de exprimare, vot, circulație) și egalitatea (tratament echitabil, respect reciproc) sunt înțelese prin exemple concrete, nu prin formulări teoretice.

Europa este asociată cu reguli și drepturi comune compatibile cu diversitatea culturală; unitatea este percepută ca unitate normativă, nu ca uniformizare culturală.

Valori, aspirații și reprezentări ale succesului

Responsabilitatea, ordinea și corectitudinea apar ca repere constante ale reușitei. Aspirațiile către profesii precum polițist, militar sau judecător indică valorizarea protecției comunității și a respectării regulilor, nu a puterii în sine; autoritatea este considerată legitimă doar atunci când servește binele comun.

Succesul este definit prin utilitate socială și grijă față de ceilalți. Opțiunile pentru profesii de îngrijire – medic, veterinar, educator – reflectă o etică a responsabilității, în care realizarea personală este corelată cu impactul pozitiv asupra altora.

Reușita este asociată cu echilibru, nu cu acumulare materială. Banii sunt percepuți ca necesari, dar integrați într-o viziune mai amplă despre stabilitate, familie și satisfacție personală; munca „cu plăcere” și echilibrul viață–profesie devin prioritare.

Imaginarul social este structurat de valori precum dreptatea, pacea și reducerea inegalităților, alături de preocupări pentru sprijinirea celor vulnerabili și protecția mediului, indicând o internalizare timpurie a responsabilității colective.

Deși exprimarea nu este ideologică, universul axiologic este coerent: responsabilitate, echitate, grijă și contribuție socială. Succesul este conceput ca reușită morală și relațională, nu ca dominare individuală.

Copiii formulează astfel o viziune a succesului centrată pe sens, responsabilitate și echilibru, sugerând un potențial consistent pentru dezvoltarea unei culturi civice orientate spre binele comun, susținută de cadre educaționale și instituționale adecvate.

ANALIZA DATELOR CALITATIVE

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Analiza datelor cantitative

Tipare de utilizare a internetului

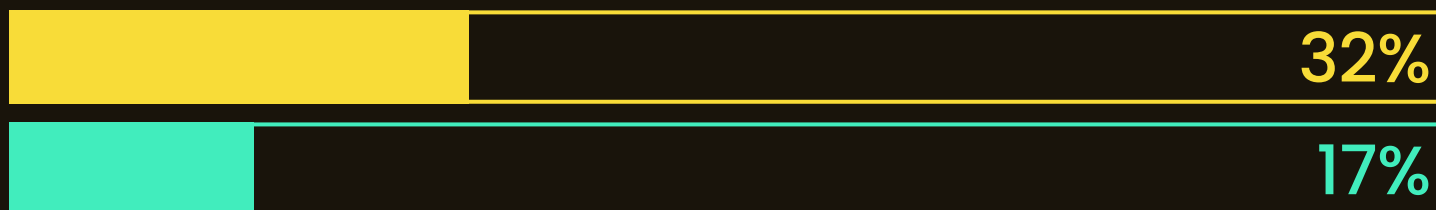
Majoritatea copiilor și adolescenților incluși în studiu utilizează internetul zilnic, ceea ce confirmă integrarea sa în rutina cotidiană. Analiza timpului petrecut online arată că, în zilele lucrătoare, utilizarea este predominant moderată: aproape jumătate dintre respondenți (48%) indică un interval de 2–3 ore pe zi, în timp ce 17% declară 6 ore sau mai mult. În weekend, distribuția se deplasează către intervale superioare, sugerând o extindere a duratei de utilizare și o creștere a segmentului de consum intensiv. Per ansamblu, datele indică o intensificare a practicilor digitale în absența constrângerilor școlare.

Aceste diferențe devin mai inteligibile dacă plasăm utilizarea internetului în contextul structurării temporale a programului zilnic. Copiii mai mici (8–10 ani) funcționează, în general, într-un cadru mai reglementat: program școlar fix, teme și activități supravegheate. În acest context, internetul apare ca activitate de timp liber integrată, dar nu dominantă. Pentru majoritatea copiilor din această categorie, utilizarea rămâne în intervale controlate în timpul săptămânii, iar în weekend creșterea este prezentă, însă nu produce o schimbare semnificativă de regim de utilizare.

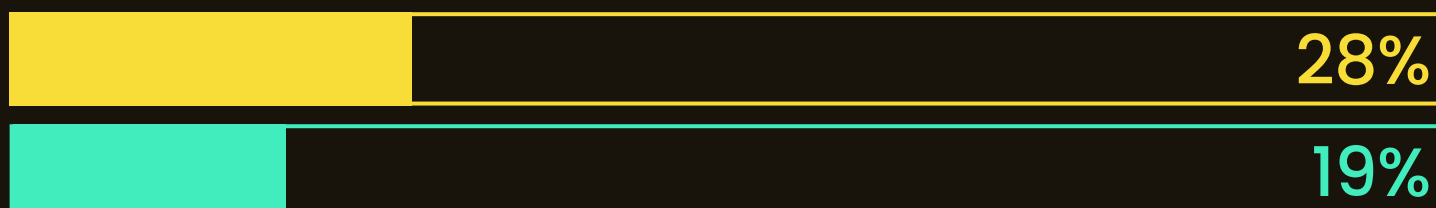
GRAFIC 1.

Distribuția timpului petrecut online: zile lucrătoare vs. weekend

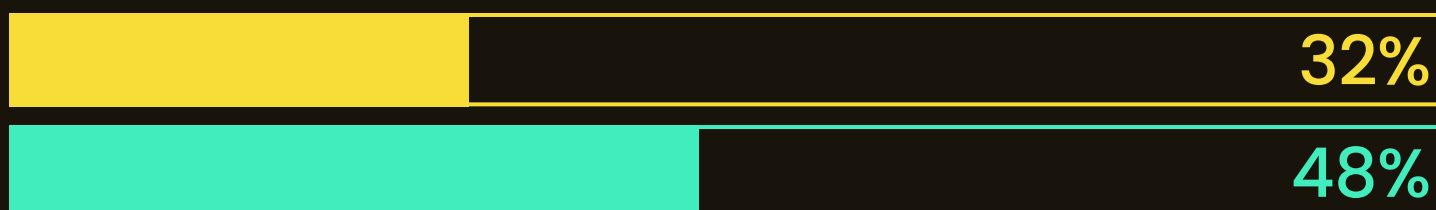
6+ ORE



4—5 ORE



2—3 ORE



0—1 ORE



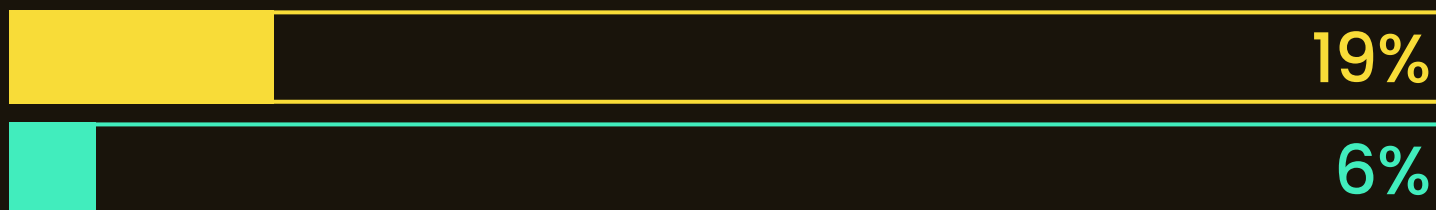
■ CURSUL SĂPTĂMÂNII ■ WEEKEND

La copiii mai mari (11–15 ani), situația se schimbă vizibil. Pe de o parte, programul zilnic este mai încărcat, pe de altă parte devine și mai flexibil, iar autonomia crește. În acest context, internetul ajunge să ocupe o parte importantă din timpul liber, mai ales în weekend, când un segment semnificativ petrece 5–7 ore sau chiar mai mult online. Acest lucru nu înseamnă automat că celelalte activități dispar complet, dar arată că mediul online devine un spațiu central în care se concentrează mai multe tipuri de activități.

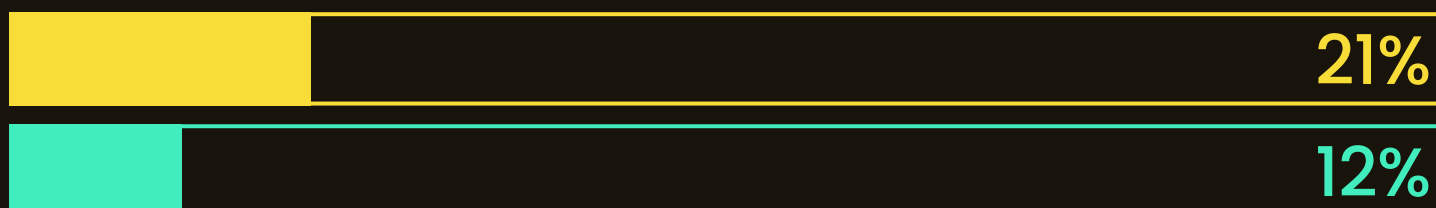
GRAFIC 2.

Ore petrecute pe net în cursul săptămânii / vârstă

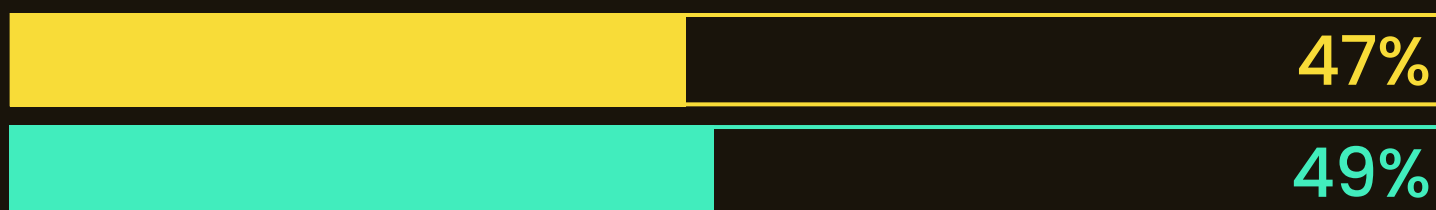
6+ ORE



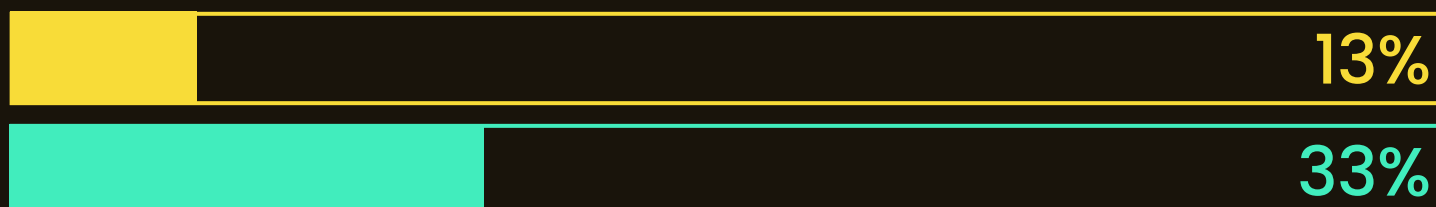
4—5 ORE



2—3 ORE



0—1 ORE



■ 8—11 ANI ■ 12—15 ANI

Diferențele dintre cele două grupe de vârstă sugerează că timpul petrecut online este strâns legat de structura programului zilnic, care se modifică odată cu vârsta. Rezultatele nu indică direct că activitățile offline sunt înlocuite complet, însă arată o reorganizare a timpului liber: internetul capătă un rol diferențiat în funcție de nivelul școlar, gradul de autonomie și încărcarea programului.

Dincolo de comparația între vârste, apare și un aspect potențial problematic: volumul absolut de timp petrecut pe internet, raportat

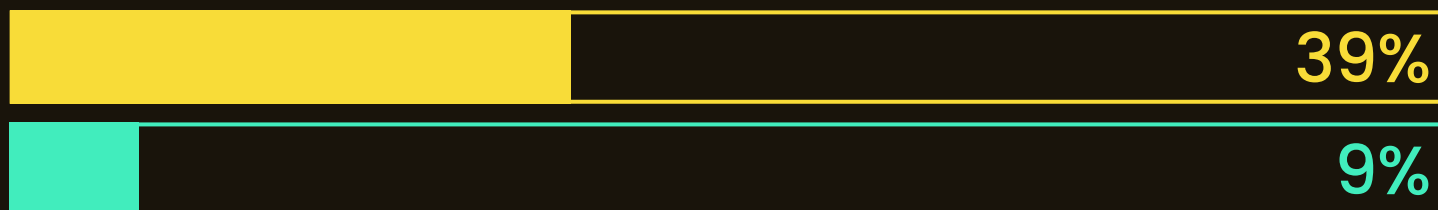
la vârsta copiilor și la structura programului zilnic. La copiii de 8–10 ani, chiar dacă utilizarea este mai redusă decât la cei mai mari, 2–3 ore pe zi în timpul săptămânii, la care se adaugă weekendul, pot reprezenta o pondere semnificativă din timpul liber al unui copil care are aproximativ 4 ore de școală pe zi. În acest context, **internetul poate ajunge să ocupe un interval care, în mod ideal, ar fi distribuit între joacă liberă, mișcare, explorare și interacțiuni sociale directe.**

Situația este și mai accentuată la copiii de 11–15 ani. Aceștia au deja un program solicitant: 5–6 ore de școală pe zi, la care se adaugă temele. Cu toate acestea, datele arată că o proporție semnificativă petrece în continuare multe ore online, mai ales în weekend, dar și în timpul săptămânii. Cumulativ, se ajunge la zile în care o parte consistentă din timpul de veghe este ocupată de activități sedentare, desfășurate în fața ecranelor. În aceste condiții, devine dificil de presupus că rămâne suficient spațiu pentru activitate fizică regulată, ieșiri în aer liber, joacă nestructurată sau socializare față în față, mai ales în zilele de școală. Pentru copiii de gimnaziu, internetul nu mai funcționează doar ca activitate „de completare”, ci tinde să ocupe o parte extinsă din timpul liber, într-un program deja încărcat.

GRAFIC 3.

Ore petrecute pe net în weekend / vârstă

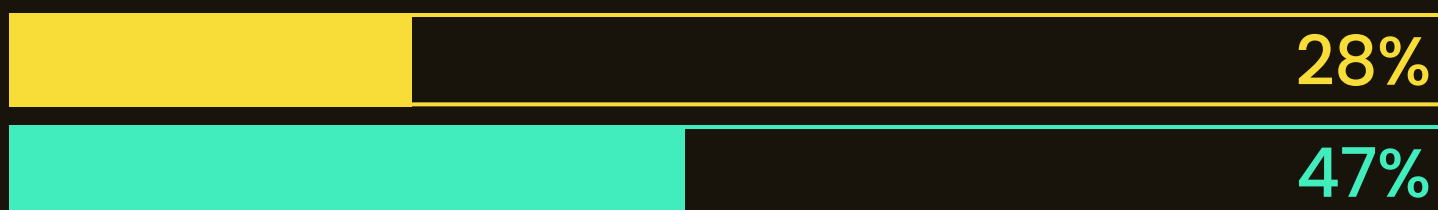
6+ ORE



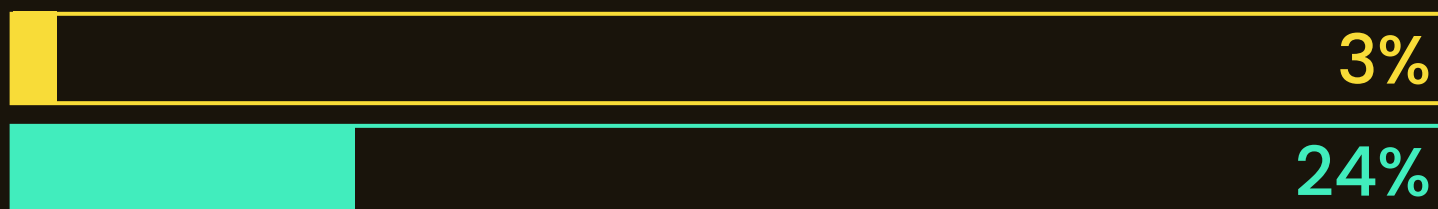
4—5 ORE



2—3 ORE



0—1 ORE



■ 8—10 ANI ■ 12—15 ANI

Privite din perspectiva organizării programului zilnic, datele sugerează un posibil dezechilibru între activitățile obligatorii (școală, teme) și activitățile recreative benefice dezvoltării. Acest dezechilibru nu este generat exclusiv de internet, ci rezultă din cumulara cerințelor școlare cu un timp semnificativ petrecut online, reducând spațiul disponibil pentru activități esențiale dezvoltării fizice și sociale.

În ceea ce privește diferențele dintre fete și băieți, tiparele generale sunt similare, cu anumite nuanțe. În timpul săptămânii, ambele grupuri

se concentrează în intervalul 2–3 ore/zi. Totuși, fetele apar ceva mai frecvent în intervalul 4–5 ore, în timp ce băieții sunt ușor mai prezenți în categoria de utilizare foarte intensă (6 ore sau mai mult). În weekend, timpul online crește pentru ambele genuri: băieții sunt mai frecvent reprezentați în intervalul foarte ridicat (7+ ore), în timp ce fetele se regăsesc mai ales în intervalele medii de utilizare.

Mediul de rezidență (urban/rural) nu pare să influențeze semnificativ timpul online în timpul săptămânii, probabil deoarece structura școlară organizează similar programul copiilor. Diferențele devin mai vizibile în weekend: copiii din mediul urban tind să petreacă mai mult timp online decât cei din mediul rural, în timp ce în rural sunt mai frecvente intervalele medii de utilizare. Această observație sugerează că mediul de locuire influențează mai ales orga

Accesul la infrastructura digitală și rolul controlului parental

Proporția ridicată a copiilor care declară că dețin un smartphone personal (87%) indică faptul că accesul la dispozitive mobile a devenit aproape normativ în această categorie de vârstă. Smartphone-ul nu mai apare ca un bun excepțional, ci ca un instrument integrat în viața cotidiană, cu funcții multiple – comunicare, divertisment, informare, socializare.

GRAFIC 4.

Ai un smartphone personal?

Nu, dar folosesc des
telefonul unui membru
din familie

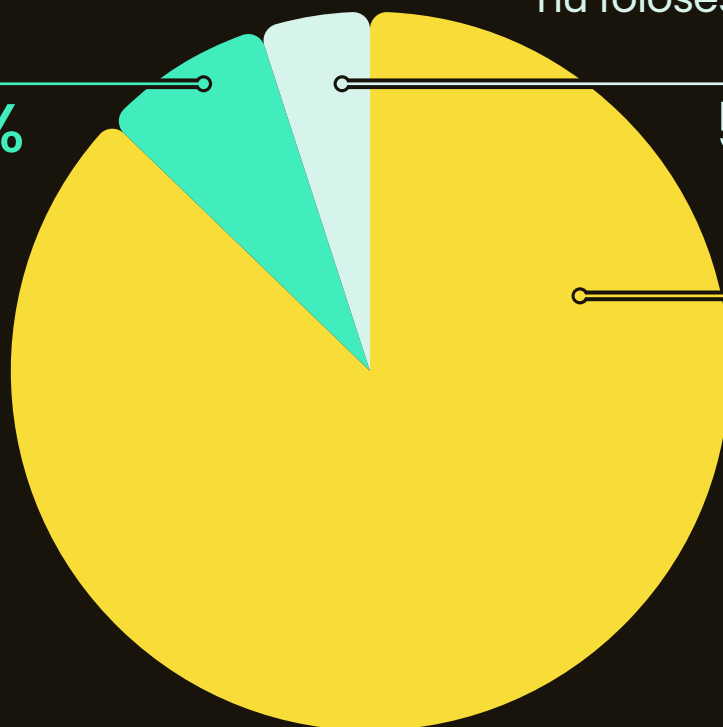
8%

Nu, și aproape niciodată
nu folosesc un smartphone

5%

87%

Da



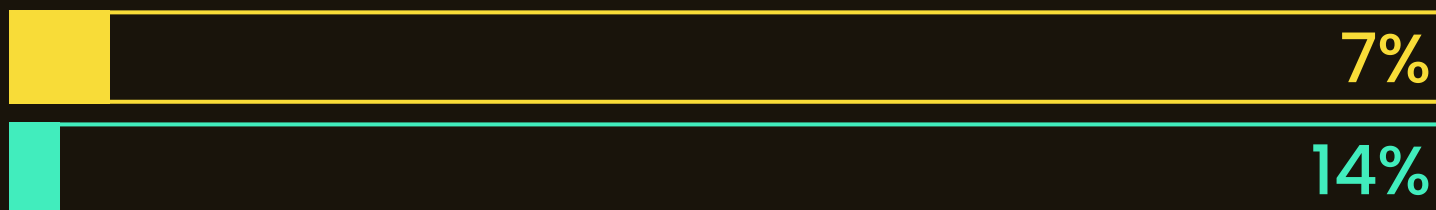
Datele indică o corelație puternică între vârstă și deținerea unui smartphone personal, sugerând că accesul individual la tehnologie crește odată cu autonomia. În cazul copiilor de 8–10 ani, smartphone-ul nu este încă un bun complet generalizat: existența unor situații de utilizare ocazională a telefonului unui membru al familiei arată că accesul rămâne, într-o anumită măsură, mediat de adulți. În această etapă, controlul parental se exercită nu doar asupra conținutului, ci și asupra dispozitivului în sine.

În schimb, la copiii de 11–15 ani, smartphone-ul personal devine aproape normativ. Odată cu tranziția spre gimnaziu, dispozitivul capătă statut de obiect personal permanent, nu doar de instrument utilizat sporadic. Această transformare are implicații directe asupra practicilor digitale: accesul continuu facilitează conectivitatea constantă, crește frecvența interacțiunilor online și susține extinderea timpului petrecut pe internet.

GRAFIC 5.

Ai un smartphone personal?/ grupe de vârstă

Folosesc des telefonul unui membru din familie



Aproape niciodată nu folosesc un smartphone



Da



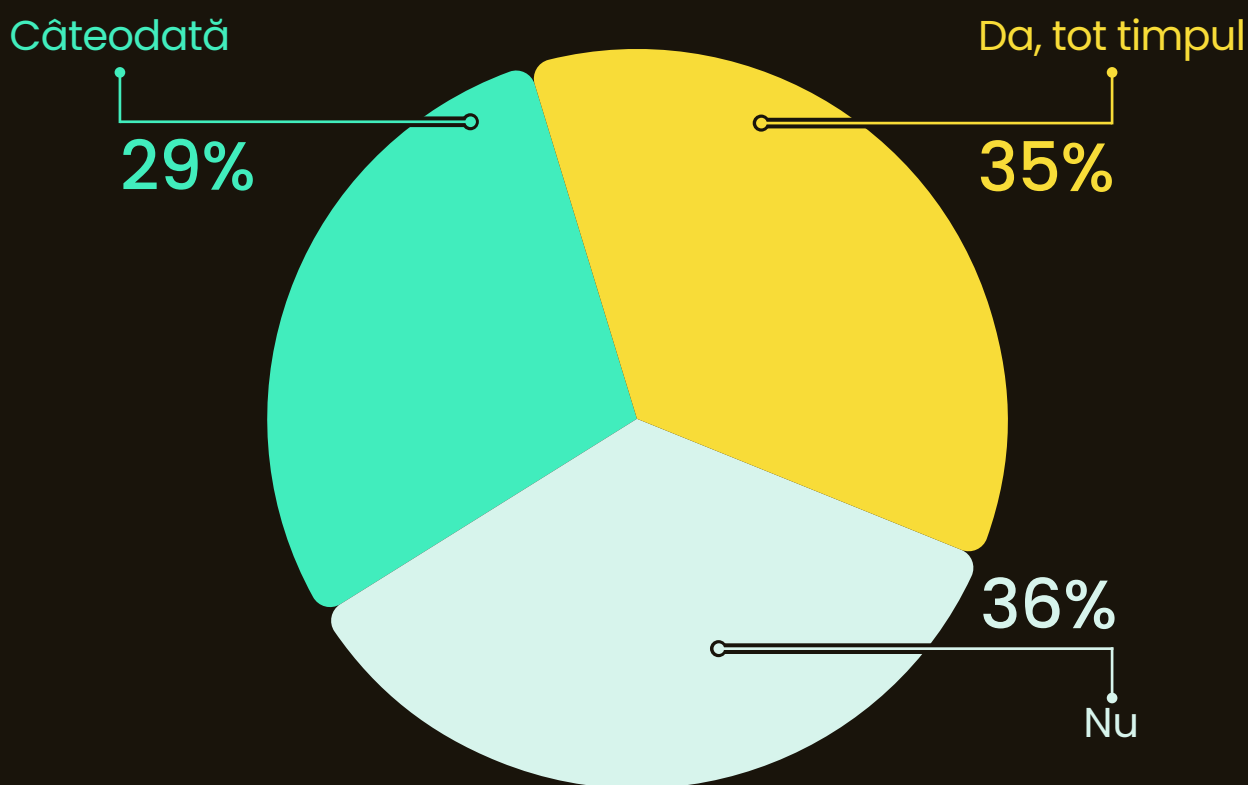
■ 8–10 ANI ■ 11–15 ANI

Atunci când am analizat relația dintre mediul de locuire și posesia unui smartphone personal, diferențele identificate au fost minime. Copiii din urban și cei din rural declară, în proporții comparabile, că dețin un telefon propriu. Această convergență sugerează că accesul la tehnologie este deja larg răspândit și relativ uniform între cele două contexte.

În același timp, datele privind acordul parental pentru instalarea aplicațiilor sugerează că autonomia digitală nu este complet necondiționată. Faptul că 35% dintre copii au nevoie întotdeauna de acordul părinților, iar alți 29% doar uneori, indică existența unui control parental negociat, mai degrabă decât absența supravegherii. Controlul nu dispare odată cu deținerea dispozitivului, ci se deplasează de la un control al accesului (cine are telefon) către un control al utilizării (ce aplicații sunt instalate și când).

GRAFIC 6.

Ai nevoie de acordul părinților pentru a descărca sau instala aplicații?



Graficul evidențiază astfel o coexistență între autonomie și reglementare. Copiii dispun de un dispozitiv personal și de acces relativ constant la internet, dar acest acces este mediat prin reguli explicite sau negociate în interiorul familiei. Din perspectivă sociologică, situația reflectă o formă de mediere parentală activă, în care părinții încearcă să gestioneze riscurile asociate mediului online fără a restrânge complet autonomia copilului.

Asocierea dintre vârstă și control parental arată că modul în care părinții gestionează utilizarea internetului se schimbă pe măsură ce copilul crește. Dacă la 8–10 ani predomină supravegherea directă și reguli clare, la 11–15 ani controlul devine mai flexibil, bazat pe mai multă încredere și responsabilizare, ceea ce reflectă trecerea treptată spre autonomie digitală.

Internetul este prezent zilnic în viața copiilor și adolescenților incluși în studiu, funcționând ca un cadru stabil al activităților cotidiene. Pentru majoritatea, mediul online nu este doar un spațiu de acces ocazional, ci o infrastructură a timpului liber, utilizată constant pentru divertisment, comunicare și consum cultural. **Pe măsură ce cresc, internetul capătă și valențe legate de exprimare personală și explorarea identității.** Diferențele apar în special în funcție de vârstă, iar într-o măsură mai redusă de gen, în timp ce mediul de rezidență influențează mai degrabă intensitatea utilizării decât tipul activităților.

Analiza frecvenței activităților zilnice arată o dominare clară a dimensiunii recreative și relaționale. Jocurile online (63%) și comunicarea cu alți oameni (63%) ocupă primele poziții, sugerând că internetul este simultan un spațiu de interacțiune socială și de divertisment activ. Ascultarea de muzică sau audiobook-uri (54%) și vizionarea de filme, seriale sau videoclipuri (53%) consolidează rolul mediului online ca platformă de consum media continuu.

În același timp, faptul că 51% dintre respondenți declară utilizarea internetului pentru activități școlare indică o **funcție educațională integrată, dar nu dominantă.** Practicile digitale zilnice sunt structurate în primul rând în jurul relaxării și conectării sociale, iar utilizarea pentru școală apare ca o dimensiune importantă, însă secundară în ierarhia frecvenței.

GRAFIC 7.

Activități desfășurate zilnic sau aproape zilnic

Fac teme sau mă pregătesc pentru teste



Văd filme, seriale sau videoclipuri



Ascult muzică sau audiobook-uri



Vorbesc sau să țin legătura cu alți oameni



Mă joc online



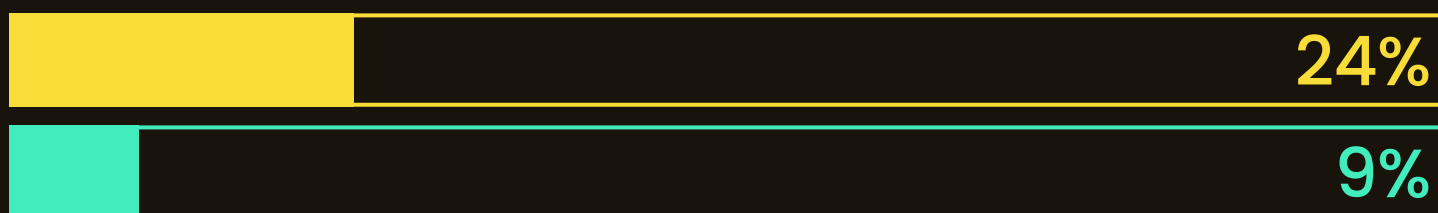
Datele arată o schimbare clară odată cu vârsta: utilizarea internetului evoluează de la un model centrat pe joc și divertisment la unul în care predomină comunicarea, școala și exprimarea personală.

GRAFIC 8.

■ 8—10 ANI ■ 11—15 ANI

Activități realizate online zilnic sau aproape zilnic/ vârstă

Postez pe rețelele sociale



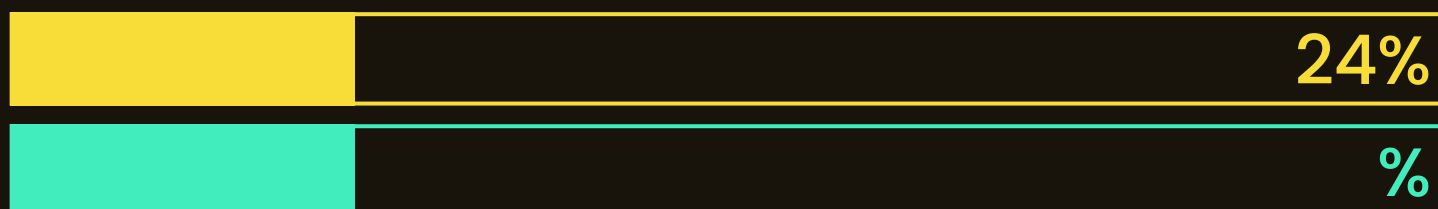
Fac teme sau mă pregătesc pentru teste



Văd filme, seraile sau videoclipuri



Folosesc magazine online sau site-uri de licitații



Vorbesc sau să țin legătura cu alți oameni



Ma joc online



La copiii de 11–15 ani, internetul devine un spațiu mai complex și mai diversificat. Activitățile online se multiplică, iar rețelele sociale și aplicațiile de mesagerie capătă o importanță crescută. Internetul nu mai apare doar ca „ceva de făcut în plus”, ci ca un mediu central de socializare: relațiile cu prietenii sunt menținute și dezvoltate online, iar apartenența la grup este vizibilă și negociată constant.

Pentru copiii de 8–10 ani, internetul este folosit în primul rând ca spațiu de divertisment și joc, dar și ca resursă complementară pentru activitățile școlare. Jocurile online au un rol central, iar consumul de conținut video și muzical este frecvent, însă interacțiunea socială online rămâne relativ limitată. Utilizarea este integrată într-un program zilnic încă bine structurat de adulți, în care activitățile offline – școala, joaca, timpul cu familia – continuă să fie dominante.

Platformele folosite zilnic arată clar că internetul este folosit în primul rând pentru video și comunicare. YouTube este platforma cea mai prezentă în viața de zi cu zi, ceea ce arată cât de important este conținutul video – pentru distracție, informație sau învățare. Aplicațiile de mesagerie arată că internetul este și un spațiu de comunicare constantă. Copiii și adolescenții nu intră online doar pentru divertisment, ci și pentru a ține legătura cu prietenii aproape zilnic. Instagram, Roblox și TikTok (46% fiecare) arată că utilizarea este diversificată: unii folosesc mai mult rețelele sociale, alții jocurile sau videoclipurile scurte. Nu există o singură platformă dominantă în afară de YouTube, ci mai multe opțiuni care răspund unor nevoi diferite – distracție, joc, socializare. Faptul că 33% folosesc zilnic chatboți AI arată că aceste tehnologii încep să fie integrate în viața obișnuită. Deși nu sunt la fel de folosite ca platformele de divertisment, ele devin o parte vizibilă a experienței online.

GRAFIC 9.

Platforme utilizate zilnic (%)

Chatboți AI (ex: ChatGPT, Claude, Gemini, Character, AI)

33%

TikTok

46%

Roblox

46%

Instagram

46%

Aplicații de mesagerie (ex: Messenger, WhatsApp etc.)

61%

YouTube

72%

Diferențele cele mai clare apar în funcție de vârstă, iar datele confirmă o schimbare de orientare a utilizării. La copiii de 8–10 ani domină platformele de divertisment și joc: Roblox, YouTube și Minecraft sunt mai frecvent utilizate decât la cei mai mari. Internetul este folosit în primul rând pentru joc și consum video, într-un registru mai degrabă ludic.

În schimb, la categoria 11–15 ani crește vizibil utilizarea platformelor de socializare și comunicare extinsă. Instagram, TikTok, aplicațiile de muzică și chatboții AI sunt mai prezente în rândul adolescenților

decât în rândul copiilor mai mici. De asemenea, Discord este utilizat mai frecvent la această categorie de vârstă.

Această distribuție arată o trecere de la un consum predominant ludic la unul mai social și expresiv. Pe măsură ce cresc, copiii folosesc internetul mai puțin pentru jocuri și mai mult pentru interacțiune socială, exprimare personală și apartenență la grup. Mediul online devine nu doar spațiu de divertisment, ci și spațiu de construire a identității și de validare socială.

TABEL 1.
Platforme utilizate zilnic/vârstă

*Datele se interpreteaza pe coloană.
Diferențele până la 100% sunt reprezentate de alte platforme

Platformă / Aplicație	8—10 ANI (%)	11—15 ANI (%)
YouTube	21	13,7
Aplicații de mesagerie (ex: Messenger, WhatsApp etc.)	15	12,4
Instagram	3	11,8
TikTok	7	10,6
Aplicații de muzică (ex. Spotify, Apple Music etc.)	5	10
Chatboți AI (ex: ChatGPT, Claude, Gemini, Character, AI)	3	8
Roblox	18	8
Snapchat	4	6
Pinterest	5	5
Minecraft	8	3
Fortnite	3	2

Pe dimensiunea de gen, diferențele apar mai ales în zona platformelor asociate cu gaming-ul și în spațiul de social media. În cazul băieților, utilizarea este mai vizibil orientată către jocuri și platforme conectate la cultura gaming-ului, precum Minecraft, Discord sau Fortnite. Acestea sunt spații în care competiția, cooperarea în joc și interacțiunea ludică au un rol central.

În schimb, fetele sunt mai prezente pe platforme precum Instagram, TikTok sau aplicațiile de muzică, iar utilizarea aplicațiilor de mesagerie este ușor mai ridicată. Acest profil sugerează o orientare mai accentuată către comunicare, consum media și exprimare personală.

Totuși, există și zone de convergență. YouTube este utilizat în mod aproape identic de fete și băieți, iar utilizarea chatboților AI este similară, ceea ce arată că accesul și competența digitală nu diferă semnificativ între genuri. Diferențele observate nu indică un decalaj de acces, ci mai degrabă preferințe distincte de utilizare.

TABEL 2.
Platforme utilizate zilnic/gen

*Datele se interpreteaza pe coloană.
Diferențele până la 100% sunt reprezentate
de alte platforme

Platformă / Aplicație	BĂIAT (%)	FATĂ (%)
YouTube	15	16
Aplicații de mesagerie (ex: Messenger, WhatsApp etc.)	12	13
Roblox	11	9
TikTok	9	10
Instagram	9	10
Aplicații de muzică (ex. Spotify, Apple Music etc.)	7	10
Chatboți AI (ex: ChatGPT, Claude, Gemini, Character, AI)	7	7
Minecraft	7	2
Discord	6	1
Fortnite	4	1

Utilizarea chatboților de inteligență artificială, raportată de o proporție semnificativă dintre respondenți, arată că o parte dintre copii și adolescenți integrează deja aceste instrumente în rutina zilnică. Prezența lor constantă sugerează nu doar curiozitate față de tehnologiile noi, ci și o utilizare practică.

Această tendință evidențiază un dublu potențial. Pe de o parte, există o dimensiune educațională, deoarece astfel de instrumente pot oferi sprijin pentru teme, explicații suplimentare sau acces rapid la informații. Pe de altă parte, utilizarea frecventă implică și necesitatea dezvoltării

unor competențe critice, legate de verificarea informațiilor, înțelegerea limitelor acestor tehnologii și folosirea lor responsabilă.

Conținut și interese online

Interesele online declarate arată că internetul este integrat în mai multe zone ale vieții cotidiene. Muzica și relațiile cu alți oameni ocupă primele poziții, ceea ce sugerează că **mediul online este, în primul rând, un spațiu de conectare emoțională și de apartenență**. Ascultarea muzicii, urmărirea artiștilor sau implicarea în fandomuri indică nu doar consum cultural, ci și participare la comunități simbolice.

Interesul ridicat pentru relațiile cu ceilalți confirmă faptul că internetul funcționează ca un cadru stabil pentru menținerea și dezvoltarea legăturilor sociale. Comunicarea online nu este marginală, ci parte centrală a vieții sociale a copiilor și adolescenților.

În același timp, jocurile rămân o componentă importantă, arătând că dimensiunea de divertisment activ este puternic prezentă. Interesul pentru școală, aflat la un nivel apropiat, arată că **mediul online este utilizat și ca resursă practică, nu doar recreativă**.

GRAFIC 10.

Subiecte de interes în mediul online

Școală (învățare, teme)



Jocuri (știri din gaming, streameri, e-sports)



Relații cu ceilalți (prieteni, conversații etc.)



Muzică (trupe, albume, concerte, fandomuri)



Criteriile care fac un conținut „atractiv” arată că selecția nu este întâmplătoare, ci ghidată în primul rând de relevanța personală și de componenta emoțională. Faptul că 62% indică legătura cu propriile interese și 58% caracterul amuzant sugerează că tinerii caută conținut care îi reprezintă și care produce o reacție pozitivă imediată. Algoritmul poate facilita accesul, dar decizia de a rămâne sau de a reveni la un anumit tip de conținut este strâns legată de identitate și de starea afectivă.

GRAFIC 11.

Factori care fac un conținut online (video, postare, articol) interesant

Este despre un subiect care îmi place/ mă interesează

62%

Este amuzant

58%

Mă ajută să învăț ceva

40%

Este surprinzător sau neobișnuit

27%

Îmi place persoana care l-a creat

25%

Are editare sau imagini interesante

25%

Este scurt și dinamic

19%

Este emoționant

12%

Nu știu/ Nu sunt sigur

14%

În ceea ce privește interacțiunea (like, comentariu, distribuire), amuzamentul rămâne principalul declanșator (49%), ceea ce confirmă rolul emoției în activarea comportamentului online. Totuși, faptul că 34% distribuie conținut pentru a-l trimite prietenilor arată că reacțiile nu sunt doar individuale, ci profund relaționale. **Distribuirea funcționează ca un gest de conectare:** conținutul devine un instrument de comunicare, un pretext pentru conversație și un mod de consolidare a apartenenței la grup.

În același timp, proporția de 40% care apreciază conținutul din care pot învăța ceva nou arată că există o deschidere reală către dimensiunea informativă și educațională. **Educația nu este respinsă, ci integrată atunci când este prezentată într-o formă relevantă și atractivă.** Acest lucru sugerează că granița dintre divertisment și învățare este mai flexibilă decât pare.

GRAFIC 12.

Factori care determină interacțiunea cu conținutul online
(like, comentariu, distribuire)

Este amuzant



Rareori fac asta



Vreau să îl vadă și prietenii mei



Vreau să-l susțin pe cel care l-a creat



Este util



Mi se pare important



Îmi provoacă emoții puternice



Datele arată că atractivitatea și interacțiunea sunt modelate de trei factori principali: interes personal (62%), emoție – în special umorul (58% / 49%) și dimensiunea socială (34%), ceea ce conturează un consum digital simultan identitar, emoțional și relațional.

Ce tip de conținut ar trebui să creeze adulții pentru adolescenți

Pe lângă analiza intereselor personale ale copiilor și adolescenților, studiul a urmărit și o dimensiune orientată spre recomandări: ce tip de conținut consideră ei că ar trebui să creeze adulții pentru ei. Este o perspectivă diferită de cea a preferințelor individuale și oferă indicii utile pentru părinți, profesori, organizații sau instituții care dezvoltă materiale dedicate tinerilor. Dacă anterior am analizat ce aleg copiii să consume, aici ne concentrăm pe așteptările lor față de adulți și pe modul în care își imaginează un conținut relevant pentru propria generație.

Adolescenții își doresc în primul rând conținut educativ și conținut amuzant, cele două tipuri fiind aproape la același nivel. Asta sugerează că nu există o opoziție între învățare și divertisment: tinerii sunt interesați atât de informație utilă, cât și de materiale care îi distrează.

Pe locurile următoare apar conținutul despre viața de zi cu zi a adolescenților, despre prieteni și relații și despre emoții și sănătate mintală. Acest lucru arată o nevoie clară de orientare și explicații legate de experiențele lor personale. Adolescenții nu caută doar distracție, ci și repere pentru a înțelege ce trăiesc.

Interesul pentru știri explicate pe înțelesul lor indică deschidere față de actualitate, cu condiția ca informația să fie adaptată vârstei. Subiectele despre mediu sunt prezente, dar la un nivel mai scăzut, ceea ce sugerează că sunt importante pentru o parte dintre tineri, dar nu reprezintă o prioritate majoră pentru toți.

GRAFIC 13.

Tipuri de conținut pe care adolescenții consideră că ar trebui să le creeze adulții

Conținut educativ

59%

Conținut amuzant sau distractiv

58%

Conținut despre viața de zi cu zi a adolescenților

39%

Conținut despre prietenii și relații

38%

Conținut despre emoții și sănătate mintală

36%

Cultură și divertisment (ex. cărți, filme, concerte)

35%

Știri explicate pe înțelesul adolescenților

32%

Știri explicate pe înțelesul adolescenților

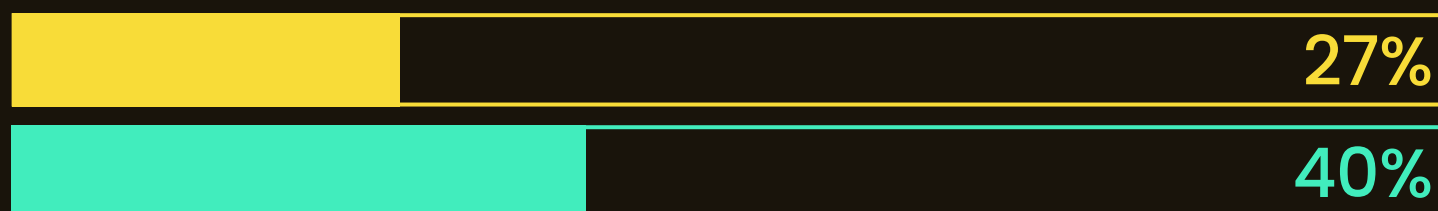
18%

Diferențele identificate sunt în principal descriptive, iar analiza multivariată nu indică efecte predictive puternice ale genului. Cu toate acestea, datele arată că așteptările față de conținutul creat de adulți nu sunt uniforme, ci variază în funcție de gen, vârstă și mediul de rezidență.

GRAFIC 14.

Preferințe pentru conținut creat de adulți

Cultural



Emoții/ sănătate mintală



Educativ



■ FETE(%) ■ BĂIEȚI(%)

În cazul genului, diferențele apar mai ales în zona conținutului educativ, a temelor legate de emoții și sănătate mintală, precum și în sfera culturală. Fetele susțin într-o măsură mai mare nevoia unor materiale care să abordeze aceste subiecte. Faptul că diferențele se mențin și atunci când sunt luați în considerare simultan și alți factori sugerează că ele reflectă orientări consistente, nu simple variații contextuale. În special în zona emoțională și culturală, fetele formulează mai clar așteptarea ca adulții să ofere explicații, repere și contexte de reflecție.

Vârsta influențează în mod particular interesul pentru conținut despre prietenii și relații. Adolescenții consideră într-o proporție mai mare decât copiii de 8–10 ani că adulții ar trebui să creeze materiale dedicate relațiilor dintre tineri. Diferența este coerentă cu etapa de dezvoltare: pe măsură ce cresc, relațiile cu egalii devin mai centrale, iar mediul online joacă un rol tot mai important în procesul de apartenență și definire socială.

Așteptarea ca adulții să abordeze aceste teme poate fi interpretată ca o nevoie de orientare într-o perioadă marcată de schimbări emoționale și sociale intense.

TABEL 3.

Așteptări privind conținutul despre relații, în funcție de vârstă (%)

Tip de conținut	8–10 ANI (%)	11–15 ANI (%)
Prietenii și relații	25	42

Diferența dintre cele două grupe de vârstă este semnificativă la nivel descriptiv: aproape jumătate dintre adolescenții de 11–15 ani consideră că adulții ar trebui să creeze conținut despre prietenii și relații, comparativ cu un sfert dintre copiii de 8–10 ani. Această diferență reflectă schimbarea de etapă: pe măsură ce copiii cresc, relațiile cu egalii devin mai importante, iar nevoia de clarificare, sprijin și modele crește.

Mediul de rezidență aduce, la rândul său, nuanțe interesante. Copiii din mediul urban susțin mai frecvent crearea de conținut despre viața de zi cu zi a adolescenților și despre teme legate de mediu. Diferențele nu par să fie determinate de accesul la tehnologie, care este relativ similar, ci mai degrabă de contextul social și cultural. În spațiul urban, expunerea la teme civice, sociale sau legate de sustenabilitate este adesea mai prezentă în discursul public, iar acest lucru se reflectă în așteptările exprimate.

TABEL 4.

Așteptări privind conținutul creat de adulți, în funcție de mediul de rezidență

Tip de conținut	URBAN (%)	RURAL (%)
Viața adolescenților	15	16
Mediu	12	13

În schimb, în cazul conținutului amuzant și al știrilor explicate pe înțelesul adolescenților, susținerea este relativ uniformă între grupuri. Aceste tipuri de materiale par să aibă o atractivitate generală, indiferent de vârstă, gen sau mediu de rezidență, ceea ce sugerează că pot fi adresate unui public larg, fără ajustări majore de profil.

Privite în ansamblu, rezultatele conturează trei direcții principale.

Genul influențează mai ales așteptările legate de conținut educațiv, emoțional și cultural. Vârsta influențează interesul pentru teme relaționale, iar mediul de rezidență introduce diferențe în interesul pentru teme legate de viața cotidiană și de mediu. În același timp, există teme cu atractivitate transversală, care depășesc diferențele dintre grupuri și pot constitui baza unor intervenții adresate întregii categorii de vârstă.

Corelate cu analiza timpului petrecut online și cu tipurile de activități descrise anterior, aceste constatări arată că discuția despre mediul digital nu poate fi redusă la numărul de ore petrecute în fața ecranului. Dincolo de durată, contează tipul de conținut și relevanța acestuia pentru etapa de dezvoltare și pentru contextul de viață al copiilor. Adolescenții nu solicită exclusiv divertisment, ci exprimă un interes constant pentru materiale care îi ajută să înțeleagă lumea, relațiile și propriile emoții.

În acest sens, rezultatele susțin ideea că intervențiile eficiente nu ar trebui să urmărească doar limitarea utilizării, ci mai ales orientarea acesteia către conținut relevant și echilibrat. O ofertă adaptată diferențelor de vârstă, sensibilă la specificul de gen și atentă la contextul social poate contribui la o experiență online mai coerentă și mai utilă pentru dezvoltarea copiilor și adolescenților.

Surse de informare și dezinformare

Principalele surse de informare declarate sunt familia, rețelele sociale, prietenii și școala. Sursele media tradiționale, precum televiziunea și site-urile de știri, au o pondere mai redusă. În ansamblu, rezultatele arată că informarea copiilor este puternic ancorată în mediul apropiat, dar se desfășoară tot mai mult în fluxurile de conținut de pe platformele sociale, unde informația apare adesea amestecată cu divertismentul.

GRAFIC 14.

Surse de informare

Site-uri de știri



Televiziune



Școală



Prieteni



Rețele sociale



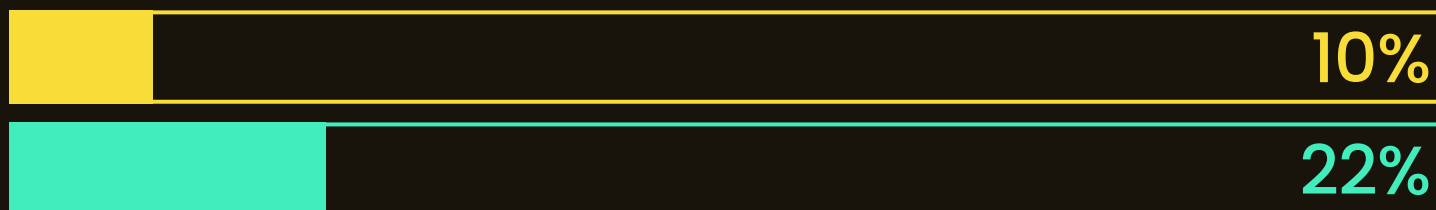
Familie



GRAFIC 15.

Strategii de verificare în funcție de vârstă

Nu verific



O caut și în altă parte



Verific dacă sursa este de încredere



Întreb un adult



■ 8–10 ANI ■ 11–15 ANI

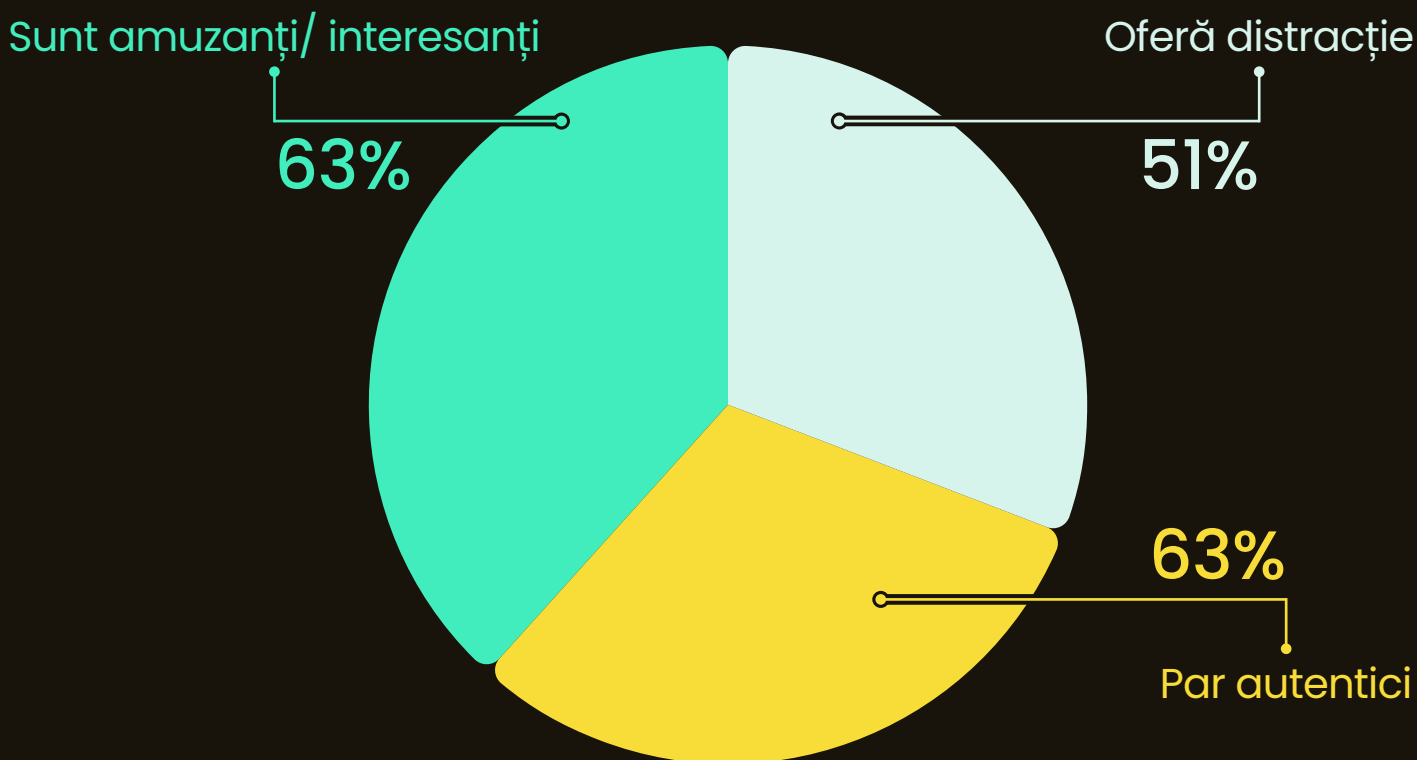
Pe dimensiunea mediului de rezidență, sursele de informare sunt, în linii mari, similare în urban și rural. Copiii din mediul urban utilizează într-o măsură mai mare rețelele sociale, influencerii și chatbotii AI, în timp ce copiii din mediul rural se bazează relativ mai mult pe școală. Diferențele sunt moderate și indică mai degrabă accente de utilizare, nu două realități informaționale complet separate

Relația cu influencerii

Majoritatea adolescenților (73%) declară că urmăresc influenceri sau creatori de conținut pe rețelele sociale. Motivele principale sunt faptul că aceștia sunt percepuți ca amuzanți sau interesanți, oferă distracție și par autentici. Aceste rezultate sugerează că influencerii sunt prezenți constant în viața digitală cotidiană, nu doar ca sursă de divertisment, ci și ca repere pentru stil, atitudini și norme sociale.

GRAFIC 16.

Motive pentru urmărirea influencerilor



În același timp, relația nu este complet stabilă: renunțarea la urmărirea unui creator este asociată cel mai des cu plictiseala față de conținut (56%), pierderea interesului (44%) și dezacordul cu mesajele transmise (40%). Astfel, chiar dacă influencerii sunt urmăriți de majoritatea copiilor de gimnaziu, preferințele rămân flexibile, iar copiii își ajustează rapid atenția în funcție de cât de relevant și atractiv li se pare conținutul.

Datele arată un nivel foarte ridicat de acord cu afirmațiile privind identitatea europeană. Între 88% și 90% dintre respondenți se declară de acord (parțial sau total) cu afirmațiile analizate, ceea ce indică o raportare pozitivă relativ constantă la apartenența europeană. Procentele reduse de dezacord (10–12%) sugerează existența unui segment minoritar care nu se identifică sau nu se simte conectat cu Europa.

TABEL 5.
Identitatea europeană – gradul de acord cu afirmațiile

În ce măsură ești de acord cu următoarele afirmații?	Dezacord total și parțial	Acord parțial și total
Mă consider european / europeană.	11	89
Sunt mândru / mândră că trăiesc în Europa	10	90
Simt că fac parte din Europa	12	88

Faptul că scorul median se află la nivelul maxim al scalei indică existența unui nucleu consistent de respondenți care își exprimă un acord puternic cu apartenența la Europa.

Datele indică o prezență semnificativă a anxietății asociate mediului online, în special în zona relațiilor sociale digitale. Aproape două treimi dintre respondenți afirmă că se îngrijorează atunci când nu își pot verifica mesajele (64% „destul de adevărat” și „total adevărat”). În același timp, o proporție foarte mare declară că se simt anxioși atunci când nu știu ce fac prietenii lor online (87% „destul de adevărat” și „total adevărat”). Rezultatele sugerează că această anxietate digitală este legată mai degrabă de conectarea socială, de teama de a pierde interacțiuni sau informații relevante și de dinamica apartenenței la grup, decât de simplul acces la tehnologie în sine.

TABEL 6.
FOMO și anxietatea de conectare

Cât de adevărate sunt următoarele afirmații pentru tine?	Deloc și puțin adevărat	Destul de adevărat și total adevărat
Mă îngrijorez atunci când nu pot să-mi verific mesajele	38	64
Mă simt anxios/anxioasă când nu știu ce fac prietenii mei online.	13	87

Aceste distribuții sunt susținute și de valorile indicatorilor statistici: media și mediana indică un nivel moderat spre ridicat al anxietății în rândul respondenților. Cu alte cuvinte, pentru o parte importantă dintre copii, mediul online este însoțit de un anumit disconfort emoțional, în special legat de relațiile sociale, chiar dacă intensitatea acestuia variază de la un respondent la altul.

În același timp, satisfacția cu viața rămâne ridicată. Media de 8,32 și mediana de 9, pe o scală de la 0 la 10, arată că majoritatea copiilor se poziționează în zona superioară a evaluării. Acest lucru

sugerează că, deși există anxietate legată de conectarea online, aceasta nu anulează o percepție general pozitivă asupra propriei vieți.

Anxietatea și bunăstarea copiilor

Analiza arată că, în rândul adolescenților, nivelul general de implicare digitală este moderat, iar anxietatea digitală este scăzută spre moderată. În același timp, bunăstarea generală rămâne ridicată, majoritatea respondenților situându-se în zona superioară a scalei de satisfacție a vieții.

Corelațiile indică o relație pozitivă semnificativă între implicarea digitală și anxietatea digitală: copiii mai implicați în activități online tind să raporteze niveluri ușor mai ridicate de anxietate asociată mediului digital. Totuși, această relație este modestă ca intensitate. **Implicarea digitală se asociază cu o creștere a anxietății, dar nu explică diferențe mari între respondenți.**

În schimb, implicarea digitală nu este asociată direct cu satisfacția vieții, ceea ce sugerează că **utilizarea internetului, ca volum sau frecvență, nu este legată automat de o scădere a bunăstării.** Modelul de regresie confirmă această interpretare: implicarea digitală nu prezice bunăstarea, în timp ce anxietatea digitală are un efect negativ semnificativ asupra acesteia ($p = .013$). Modelul explică doar aproximativ 2–3% din variația bunăstării, indicând un efect real, dar de magnitudine redusă.

Interpretarea generală este că **utilizarea digitală în sine nu reprezintă un risc major pentru bunăstare, însă experiența emoțională asociată utilizării** – presiunea socială, comparația online, teama de a pierde informații relevante – poate avea un impact modest, dar semnificativ.

Acest rezultat susține o idee importantă pentru practicieni: discuția nu ar trebui să se limiteze la „cât timp stau online” copiii, ci să includă modul în care trăiesc experiența digitală. Problema nu pare să fie internetul ca activitate, ci presiunea emoțională asociată conectării sociale și dinamicii de grup.

Regresia a fost realizată exclusiv pentru grupa 11–15 ani, deoarece în această etapă utilizarea este mai autonomă, iar dimensiuni precum

FOMO, comparația socială sau presiunea online pot fi evaluate mai coerent. La copiii de 8–10 ani, utilizarea este mai puternic mediată de adulți, iar capacitatea de auto-reflecție emoțională este mai limitată, ceea ce ar fi redus consistența dezvoltativă și statistică a modelului.

Concluzii din cercetarea cantitativă

Rezultatele studiului arată că internetul este o componentă integrată a vieții copiilor și adolescenților de 8–15 ani, caracterizată printr-o utilizare zilnică constantă. Timpul petrecut online crește odată cu vârsta și se intensifică în special în weekend. La copiii de 8–10 ani, utilizarea este, în general, o activitate de timp liber inserată într-un program încă structurat de adulți. **La adolescenți, mediul online devine mult mai central, deoarece este simultan spațiu de divertisment, comunicare, informare și exprimare personală.**

Datele sugerează totuși un posibil dezechilibru între activitățile obligatorii (școală, teme) și activitățile recreative sănătoase, mai ales la copiii mai mari. Acest dezechilibru nu poate fi pus exclusiv pe seama internetului, însă combinația dintre cerințe școlare ridicate și orele multe petrecute online reduce spațiul pentru mișcare, ieșiri afară, joacă nestructurată și socializare față în față.

Accesul la tehnologie este larg răspândit: **majoritatea copiilor au smartphone personal, iar diferențele urban–rural sunt reduse în ceea ce privește posesia dispozitivului.** Diferențele apar mai ales în weekend, când copiii din mediul urban tind să petreacă mai mult timp online. În același timp, controlul parental este prezent pentru o parte importantă dintre copii, în special în privința instalării aplicațiilor, ceea ce arată că familia rămâne un actor relevant în gestionarea experienței digitale.

În ceea ce privește utilizarea concretă, activitățile zilnice sunt dominate de divertisment și socializare, însă internetul are și o funcție practică: **peste jumătate dintre respondenți îl folosesc pentru activități școlare.** YouTube și aplicațiile de mesagerie funcționează ca platforme de bază, iar odată cu vârsta cresc rețelele sociale și platformele de comunicare de grup. Diferențele de gen apar mai ales în preferințele de conținut

și platforme: băieții sunt mai orientați către jocuri, iar fetele către comunicare și rețele sociale, însă tiparele generale rămân comparabile.

Interesele online sunt diverse și se concentrează în jurul muzicii, relațiilor, jocurilor și școlii. Conținutul este apreciat în special atunci când corespunde intereselor personale și este amuzant, dar există și un interes constant pentru conținut cu valoare educativă. În multe situații, reacțiile la conținut (like, share) au o motivație socială, iar conținutul devine un instrument de conectare și participare la dinamica grupului.

În zona informării, familia rămâne sursa principală, alături de rețelele sociale, prietenii și școală, conturând un model de informare hibridă. Jumătate dintre respondenți au întâlnit recent informații false; mulți spun că încearcă să verifice sursa sau cer sprijinul unui adult, chiar dacă ignorarea rămâne reacția cea mai frecventă. **Se observă un proces de maturizare: copiii mai mici depind mai mult de adulți, în timp ce cei de 11–15 ani dezvoltă treptat strategii autonome de verificare.**

Un rezultat important este legat de bunăstare. Copiii sunt, în general, foarte satisfăcuți de viața lor, însă anxietatea digitală este prezentă, mai ales în zona relațiilor sociale. Îngrijorarea de a nu putea verifica mesajele și anxietatea legată de activitatea prietenilor online sunt răspândite. Analizele statistice arată că internetul, ca timp sau utilizare generală, nu afectează direct bunăstarea; în schimb, experiența emoțională asociată utilizării are un efect negativ modest, dar semnificativ.

În consecință, rezultatele sugerează că intervențiile eficiente nu ar trebui să se concentreze exclusiv pe reducerea timpului petrecut online, ci pe calitatea experienței digitale. Adolescenții nu solicită doar divertisment, ci manifestă interes pentru conținut educativ, teme relaționale și subiecte relevante social, iar aceste așteptări diferă în funcție de vârstă, gen și context. O abordare echilibrată presupune materiale adaptate etapelor de dezvoltare, sensibile la diferențele dintre grupuri și orientate către sprijin emoțional și informare corectă. În paralel, este necesară consolidarea competențelor digitale critice și a autoreglării emoționale, astfel încât copiii să poată gestiona presiunea socială online și fluxul constant de informații. **Accentul ar trebui pus pe modul în care copiii trăiesc experiența online și pe sprijinirea unei utilizări conștiente și echilibrate a mediului digital, nu doar pe numărul de ore petrecute în fața ecranului.**

ANALIZA DATELOR CALITATIVE

**PERSPECTIVA
ADOLESCENȚILOR**

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Analiza datelor calitative — perspectiva adolescenților

Acest capitol analizează datele calitative obținute prin focus-grupuri cu copii, urmărind perspectiva Generației Alpha asupra propriului univers socio-digital. Interpretarea se bazează pe discursurile participanților și pe semnificațiile pe care le atribuie experiențelor cotidiene online.

Perspectiva părinților este tratată separat și vizează modul în care aceștia înțeleg și reglementează viața digitală a copiilor, în raport cu utilizarea platformelor, riscurile și formarea valorilor. Împreună, cele două perspective oferă o imagine complementară asupra aceluiași univers socio-digital: experiența directă a copiilor și interpretarea normativă a adulților.

Timpul liber al copiilor: organizare, socializare și activități cotidiene

Copiii definesc timpul liber în opoziție cu școala și obligațiile, ca spațiu de autonomie, relaxare și reglare emoțională, nu ca interval orientat spre performanță. Pentru ei, timpul liber este ceea ce rămâne după cerințele instituționale și funcționează ca timp al alegerilor imediate:

Când nu am teme sau altceva de făcut, fac ce vreau eu.

FG București, 11–13 ani

În aceeași logică, rutina este formulată simplu și neproblematic:

Dorm, mănânc și după aia mă uit pe telefon sau pe laptop.

FG Cireșu, rural, 12–14 ani

În mediul rural, timpul liber are o structură ciclică și fluidă, integrată natural în rutina zilnică. Activitățile se succed fără delimitări rigide, iar tehnologia este o extensie a vieții domestice, nu o ruptură de aceasta. Relaxarea este asociată cu ritm lent și autoreglare:

Mie îmi place să ascult muzică sau să cânt.

FG Cornu, rural, 10–12 ani

Spațiul exterior este accesibil și implicit:

Leșim pe afară, jucăm fotbal.

FG Cornu, rural, 10–12 ani

Nu apare o opoziție între ecran și exterior, ci o alternanță firească.

În mediul urban, diferența dintre timpul săptămânii și weekend este mai accentuată. Zilele de școală sunt descrise ca reglementate și limitative:

În timpul săptămânii mai fac temele și stau doar pe telefon.

FG București, 11–13 ani

Weekendul aduce extinderea timpului liber și interacțiuni familiale:

În weekend mă mai uit seara cu părinții la un film.

FG București, 11–13 ani

Socializarea offline și online formează un continuum relațional. În mediul rural, interacțiunile digitale consolidează relații deja existente:

Ne știm între noi, suntem prieteni.

Jucăm online, dar ne știm din viața reală.

FG Cireșu, rural, 12–14 ani

Online-ul nu deschide prioritar către rețele noi, ci menține legături familiare. În mediul urban, interacțiunea fizică și coordonarea digitală coexistă:

Ne întrebăm ce teme avem, dacă le-am făcut, ne ajutăm.

FG București, 13–14 ani

Platformele devin infrastructură de organizare și sprijin reciproc, nu doar divertisment. Copiii nu construiesc o opoziție între activitățile offline și utilizarea ecranelor. Practicile sunt percepute ca complementare și dependente de context:

Când e frig, stau mai mult pe telefon sau mă uit la Netflix.

FG București, 11–13 ani

În rural, alternanța este naturală și nejustificată:

În weekend ies pe afară, mă joc cu mingea.

FG Cireșu, 12–14 ani

Ecranul și exteriorul coexistă fără a fi prezentate ca opțiuni concurente. Formele de relaxare diferă contextual. În rural predomină activități cu ritm lent:

Pescuitul.

FG Cireșu, 12–14 ani

sau Dormitul.

FG Cireșu, 12–14 ani.

În urban apar activități structurate, cu componentă de dezvoltare personală:

Eu, de obicei, citesc. Îmi place foarte mult.

FG București, 11–13 ani

Prefer să cânt la pian, ca un hobby.

FG București, 11–13 ani

În ambele medii, tehnologia este integrată firesc în repertoriul recreativ:

Mă joc online. Împreună cu alții.

FG Cireșu, 12–14 ani

Practicile individuale sunt asociate mai frecvent cu dispozitivele digitale: Pe telefon mă joc singură. FG Cireșu, 12–14 ani, în timp ce spațiul exterior este asociat cu interacțiunea colectivă. Totuși, izolarea fizică nu este echivalentă cu izolarea socială:

Stau singură, dar vorbesc cu prietenii pe WhatsApp.

FG București, 11–13 ani

Conectarea digitală menține continuitatea relațională chiar și în absența co-prezenței fizice.

Timpul liber funcționează ca spațiu de echilibrare între obligație și autonomie, în care experiențele offline și online coexistă fără a se substitui reciproc. Copiii descriu un univers cotidian în care alegerea, apartenența și relaxarea sunt centrale: Depinde ce am chef să fac. FG Ploiești, 14–15 ani. Diferențele dintre rural și urban țin de ritmul vieții și structura oportunităților, nu de orientări valorice distincte. Timpul liber rămâne un cadru al negocierii permanente între individual și colectiv, între rutină și spontaneitate, între ecran și experiența directă.

Aplicațiile preferate și platformele utilizate frecvent

Datele din focus-grupuri indică o convergență clară a practicilor digitale, fără diferențe relevante între mediul urban și cel rural. În toate grupurile sunt menționate aceleași platforme dominante – TikTok, Instagram, YouTube – alături de aplicații de mesagerie, streaming și jocuri online. Utilizarea este descrisă ca rutinieră și integrată în viața cotidiană, nu ca activitate separată, așa cum sintetizează un elev din București:

Stau pe TikTok și pe Instagram.

FG București, 11–12 ani

YouTube, mai ales pentru videoclipuri.

FG Ploiești, 14–15 ani

Copiii din mediul rural menționează același repertoriu digital și exprimă un nivel comparabil de familiaritate.

Mă uit pe telefon, pe aplicații. Pe Facebook, pe Instagram.

Pe YouTube. Podcasturi. Spotify. *FG Cireșu, 12–14 ani*

Această suprapunere arată că mediul de rezidență nu generează diferențe structurale în acces sau utilizare. Experiența digitală este modelată în principal de vârstă și reguli familiale, nu de contextul geografic.

Aplicațiile sunt descrise prin funcția practică – comunicare, muzică, divertisment, joc – și nu prin categoria abstractă de „rețea socială”:

Îmi place WhatsApp deoarece pot să vorbesc cu prietenii mei și YouTube pentru că pot asculta muzică.

FG Cornu, 10–12 ani

La 10–12 ani apar mai frecvent platforme percepute ca adecvate vârstei și acceptate de părinți, inclusiv servicii de streaming dedicate copiilor, ceea ce reiese din formularea:

Eu am și Disney Plus și mă uit la filme... Pentru copii.

FG Cornu, 10–12 ani

La 14–15 ani, discursul indică o diversificare a intereselor și o orientare mai intensă spre comunicare continuă și coordonare socială. Platforme precum Discord sunt definite prin utilitatea lor conversațională:

Discord, tot ca Instagram-ul, dar numai pentru apeluri și pentru discuții. FG Ploiești, 14–15 ani

Aceste diferențe confirmă faptul că vârsta este variabila centrală în configurarea practicilor digitale: odată cu creșterea autonomiei, utilizarea devine mai complexă și mai socială.

Medierea parentală influențează experiența digitală mai mult decât apartenența la rural sau urban. Diferențele țin de etapa de dezvoltare și de regulile familiale:

(Aveți restricții de vârstă?) Eu nu am.

FG Cireșu, 12–14 ani

Am doar jumate de oră și în timpul săptămânii am limită pentru școală.

FG București, 11–12 ani

N-am nici Instagram, nici TikTok, nici Snapchat.

FG București, 11–13 ani

Aceste exemple arată o logică graduală a medierii: restricțiile sunt mai stricte la vârste mici și se relaxează progresiv. Controlul parental influențează durata utilizării și tipurile de platforme accesate, dar nu limitează familiaritatea digitală, care rămâne ridicată chiar și în condiții de acces reglementat.

Consumul digital: preferințe tematiche și activități online

Utilizarea platformelor digitale este dominată de consum de conținut, nu de producție activă. Activitățile frecvent menționate – vizionarea de videoclipuri, conținutul amuzant, muzica și comunicarea de bază – conturează un profil orientat spre relaxare, divertisment și menținerea contactului social, nu spre exprimare publică intensă. Copiii descriu aceste practici ca fiind firești și integrate în rutină:

Mă uit la videoclipuri. FG București, 11–13 ani

Lucruri amuzante. FG Ploiești, 14–15 ani

Stau pe telefon, mă uit. FG Cireșu, 12–14 ani

Ascult muzică, mă uit la videoclipuri amuzante. FG Cornu, 10–12 ani

Preferința pentru conținut scurt și amuzant reflectă o utilizare asociată cu trecerea timpului și reducerea oboselei, nu cu implicare cognitivă susținută. Acest tip de conținut funcționează ca strategie de autoreglare emoțională. Videoclipurile scurte sunt apreciate pentru accesibilitatea imediată. Muzica ocupă un loc central și este integrată în ritualuri zilnice, mai ales seara sau în momente de relaxare. Platformele audio sunt folosite pentru calmare sau concentrare:

Eu de obicei când deschid YouTube-ul doar ascult muzică sau povești seara la culcare...

FG Cornu, 10–12 ani

Mie îmi place foarte mult K-pop-ul și mă uit la filmulețe.

FG București, 11–12 ani

Copiii descriu interese tematice clare, care funcționează ca filtre pentru atenție. Relevanța personală contează mai mult decât sursa sau eticheta „educativ”. Oprirea din scroll apare când conținutul este relevant personal:

Mă opresc dacă îmi apar filmulețe din zona sporturilor sau cu câini sau pisici.

FG București, 11–12 ani

Despre jocuri. Sau tutoriale pentru joc. Filme istorice.

FG Cireșu, 12–14 ani

Dimensiunea informativă este prezentă, dar utilizată instrumental, activată de nevoi concrete: Interesante, informative... și unele care să ne ajute la lecțiile pentru școală. *FG Ploiești, 14–15 ani*

Socializarea online este predominant funcțională și orientată spre menținerea relațiilor existente. Mesageria este folosită pentru coordonare școlară și sprijin reciproc:

Pe WhatsApp nu vorbim mult. Ne întrebăm ce teme avem.

FG Cireșu, 12–14 ani

Copiii disting clar între relații apropiate și contacte periferice:

Nu suntem prieteni, dar ne dau urmăriri sau comentarii.

FG Cireșu, 12–14 ani

Producerea de conținut este limitată și implică forme simple, cu expunere controlată:

Pe TikTok postează poze cu jocuri, poze cu mine. Nu scriu comentarii.

FG Cornu, 10–12 ani

La adolescenți apare o gestionare mai sofisticată a audienței: Am un cont de Insta pentru prieteni și unul public. *FG Ploiești, 14–15 ani*, ceea ce indică conștientizarea vizibilității și controlul asupra publicului.

Copiii percep algoritmi ca mecanisme care oferă conținut relevant, nu ca factori de constrângere. Experiența este descrisă ca personalizată și confortabilă:

Îmi apar lucruri care îmi plac.

FG București, 11–13 ani

Algoritmul YouTube-ului e foarte bine dezvoltat...

FG București, 13–14 ani

Controlul este exercitat prin gesturi simple – scroll sau schimbarea aplicației – consolidând sentimentul unei experiențe digitale adaptate și previzibile.

Jocurile online: practici ludice și semnificații sociale

Jocurile online apar în discursurile copiilor ca spații organizate, cu reguli clare, obiective vizibile și progres ușor de urmărit. Enumerarea frecventă a titlurilor – FIFA, Minecraft, Roblox, Counterstrike, Matchmaster – arată că ele fac parte dintr-o cultură comună a copilăriei și funcționează ca repere de conversație între egali. Jocurile sunt percepute ca activități legitime, comparabile cu jocurile tradiționale, dar cu o structură mai explicită a reușitei.

Importanța nivelurilor și a recompenselor simbolice este centrală în construirea sentimentului de competență. Progresul vizibil și legătura directă dintre efort și rezultat oferă copiilor senzația de control și validare personală, într-un cadru previzibil.

Într-un joc sunt un jucător și trebuie să trec mai multe obstacole... dacă trec trei nivele câștig o coroană.

FG Cireșu, 12–14 ani

Dimensiunea de creativitate amplifică autonomia, mai ales la vârste mai mici. Copiii apreciază libertatea de a construi și modifica lumi virtuale, de a experimenta fără consecințe sociale majore. Jocul devine un spațiu sigur de inițiativă și explorare.

Poți să faci case. Și asta te ajută să creezi un propriu design.

FG Cornu, 10–12 ani

Pe Roblox poți să-ți faci și tu propriul joc.

FG Ploiești, 14–15 ani

Componenta socială este constant prezentă. Jocurile susțin co-prezența și consolidează relații deja existente. Ele nu înlocuiesc prietenii, ci le prelungesc în mediul digital, creând micro-comunități stabile.

Eu vorbesc pe WhatsApp cu prieteni și mă joc. Ne jucăm toți.

FG Cornu, 10–12 ani

Da, ne cunoaștem. *FG Cireșu, 12–14 ani*

Relaxarea și competiția nu sunt percepute ca opuse, ci complementare. Copiii se joacă atât pentru a se destinde, cât și pentru a câștiga sau a progresa. Jocurile funcționează și ca strategie de gestionare a plictiselii. Ele oferă structură timpului liber și devin o soluție rapidă atunci când alternativele sunt limitate.

Mă joc și ca să mă relaxez, dar și să câștig.

FG București, 11–13 ani

Când nu ai ce face, te plictisești, te ajută.

FG Ploiești, 14–15 ani

Emoțiile negative sunt legate mai ales de dorința de reușită, nu de respingerea jocului. Frustrarea apare când miza personală este ridicată, iar pierderea este percepută ca eșec temporar. Strategia dominantă de reglare este simplă și directă: retragerea voluntară. Copiii închid jocul atunci când tensiunea devine prea mare, ceea ce arată că percep experiența ca fiind sub control.

Mă enervează când pierd.

FG Ploiești, 14–15 ani

Închid și nu mai joc.

FG Cireșu, 12–14 ani

Jocurile online funcționează ca spații de exersare a competenței, a creativității, a apartenenței și a reglării emoționale. Ele sunt integrate firesc în viața cotidiană a copiilor și răspund simultan nevoii de distracție, provocare și conectare cu ceilalți.

Expunerea la conținut sensibil și mecanisme de protecție emoțională

Copiii recunosc clar existența unui conținut sensibil, mai ales materiale violente sau triste, pe care le evaluează prin impactul emoțional imediat. Ele sunt descrise ca deranjante și greu de gestionat. Reacția dominantă nu este curiozitatea, ci evitarea imediată.

Îți arată și chestii cu violență... dar îți arată și chestii triste. Da! Astea sunt cele mai nasoale.

FG București, 11–12 ani

Eu, de obicei, când le văd, le dau scroll și nu mă uit la ele.

FG București, 11–12 ani

Această practică arată o formă de autoreglare emoțională spontană: copiii își limitează expunerea la ceea ce le provoacă disconfort. Selecția nu este făcută prin verificarea sursei sau analiză critică, ci prin reacție afectivă directă. Uneori apare și o distanțare cognitivă, folosită ca mecanism de protecție. Ideea că ceva „nu e real” reduce intensitatea emoțională și le oferă un sentiment de control.

De ce să mă supăr eu... pentru chestiile astea, care nici măcar nu sunt reale.

FG București, 11–12 ani

Copiii descriu și un control perceput asupra fluxului digital. Prin gesturi simple – scroll sau schimbarea aplicației – cred că pot ajusta rapid ceea ce văd.

Pur și simplu dau scroll... și începe să-mi dea ce-mi place.

FG București, 11–12 ani

Algoritmii nu sunt percepuți ca presiune, ci ca mecanisme care se adaptează preferințelor lor. Deși știu că pot raporta conținut problematic, această opțiune este rar invocată. Gestionarea emoțiilor este tratată mai ales ca responsabilitate personală.

Când disconfortul devine mai puternic, sprijinul este căutat în grupul de egali, nu la adulți.

Vorbesc cu prietenii.

FG București, 11–13 ani

Prietenii îmi ziceau să am grijă cu cine vorbesc.

FG Cornu

Prietenii oferă validare, normalizare și sfaturi practice. Absența adulților din acesterelatări sugerează că experiențele negative online sunt procesate în principal în interiorul universului generațional, indicând atât o autonomie emoțională în formare, cât și o distanță față de medierea adultă. În paralel, emoji-urile, meme-urile și GIF-urile fac parte din limbajul cotidian al copiilor și funcționează ca instrumente de reglare emoțională. Ele completează sau înlocuiesc textul și transmit rapid tonul mesajului.

Folosesc emoji-uri, ca să fie mai amuzant.

FG București, 11–13 ani

În conversațiile rapide, emoji-urile devin scurtături emoționale ușor de recunoscut. Ele exprimă nu doar emoții simple, ci și ironie sau ambiguitate, contribuind la o comunicare mai relaxată și mai clară între egali.

Mesajele sunt scurte și folosim emoticoane.

Inimioare. De râs, de plâns. De râs în mod ironic.

FG Cireșu, 12–14 ani

Meme-urile sunt percepute ca forme de umor colectiv, a căror valoare vine din faptul că sunt înțelese în interiorul grupului. Sensul lor este relațional: contează recunoașterea comună, nu informația în sine. Ele consolidează apartenența și creează „glume din interior”.

Meme-urile... niște chestii amuzante, de exemplu, așa au ajuns să fie 6–7 din cauza la meme-uri.

FG Ploiești, 14–15 ani

GIF-urile și stickerele extind expresivitatea mesajului și îl adaptează la context. Aceste forme vizuale permit reacții rapide – amuzament, surpriză, acord – fără explicații lungi. Comunicarea devine mai eficientă și mai fluidă.

Ori fac stickere cu persoane, ori fac stickere sau gifuri care se potrivesc în alte situații.

FG Ploiești, 14–15 ani

Copiii folosesc aceste formate pentru menținerea relațiilor și ajustarea tonului conversației, nu pentru construcții identitare elaborate. Emoji-urile, meme-urile și GIF-urile formează un limbaj comun al interacțiunii online, care susține apropierea între egali, reduce riscul de neînțelegere și face conversațiile mai naturale și mai ușor de gestionat emoțional.

Urmărirea influencerilor

Interesul pentru influenceri apare în toate focus-grupurile, însă relația descrisă de copii este pragmatică și selectivă. Influencerii sunt văzuți mai ales ca surse de conținut – pentru jocuri, muzică sau divertisment – nu ca modele de viață. Alegerea lor ține de compatibilitatea cu interesele personale, nu de notorietate sau statut public.

Copiii, atât din mediul rural, cât și din cel urban, menționează creatori din zona jocurilor și a umorului.

Bisoi. Da, eu pe Shelly.

FG Cireșu, 12–14 ani

iSilent este un YouTuber care postează de obicei jocuri pentru copii.

FG Cornu, 10–12 ani

Accentul cade pe tipul de conținut oferit, nu pe persoana influencerului ca reper identitar. Relevanța este legată direct de cât de interesante sau distractive sunt materialele publicate. Pe măsură ce cresc, interesele se diversifică. În rândul adolescenților apar și influenceri din zona muzicală.

Albert Nebunu. Un cântăreț, cântă Trep.

FG Ploiești, 14–15 ani

Mogoșu și cu Nițoiu.

FG Ploiești, 14–15 ani

Chiar și în aceste cazuri, urmărirea rămâne contextuală, legată de preferințe de moment, nu de un atașament stabil sau de identificare profundă. În situații izolate, unii influenceri sunt evaluați printr-o lentilă morală sau civică.

Justițiarul de Berceni. Îmi place faptul că prinde pedofilii și că face România... un loc un pic mai bun.

FG Ploiești, 14–15 ani

Acest tip de apreciere arată că, uneori, copiii pot vedea în conținut și o dimensiune de corectitudine socială. Totuși, astfel de evaluări nu domină raportarea generală la influenceri.

Influencerii nu ocupă un loc central în construcția identității copiilor. Nu apare dorința explicită de a le imita stilul de viață sau valorile. Relația este flexibilă și ușor reversibilă. Conținutul este mai important decât autorul, iar urmărirea este ghidată de interes personal și de recomandările algoritmice, nu de loialitate sau atașament puternic.

Consum versus creare de conținut

Analiza focus-grupurilor arată o dominantă clară a consumului în raport cu producția de conținut. Copiii se definesc explicit ca utilizatori care „se uită”, urmăresc și reacționează, iar crearea de conținut original apare rar și fără continuitate. Formulări precum Mai mult mă uit. *FG Cireșu, 12–14 ani*, sintetizează această poziționare: platformele sunt percepute în primul rând ca surse de divertisment și explorare, nu ca spații de afirmare publică.

Atunci când este menționată ideea de a crea conținut, aceasta este asociată imediat cu problema vizibilității și a validării sociale. Lipsa unei audiențe consistente este percepută ca descurajantă. Crearea de conținut capătă sens doar dacă este recunoscută public; în absența feedback-ului, copiii preferă rolul de consumator.

Ideea e că mi se pare că dacă n-ai destui de urmăritori (...) devine destul de plictisitor, pentru că simt că mă chinui degeaba și nu fac și nimeni nu vede munca.

FG București, 11-12 ani

Formele dominante de participare sunt interacțiuni minimale – like-uri, emoji-uri, comentarii scurte – suficiente pentru a semnala prezența fără expunere intensă: Inimioare, lucruri frumoase, like-uri. *FG Cireșu, 12-14 ani.* Aceste reacții funcționează ca marcatori relaționali, nu ca exprimări identitare elaborate.

În puținele cazuri în care apare postarea de conținut, aceasta este ocazională și derivată din activități preexistente, în special din jocuri:

E un joc de pe Roblox și filmează ecranul cu videoclipul când mă joc și după aceea postez pe TikTok-uri.

FG Cireșu, 12-14 ani

Lipsește referințele la planificare sau strategie de audiență. În mediul urban, preferința pentru Doar story-uri pe Instagram. *FG Ploiești, 14-15 ani,* indică orientarea către formate temporare, care reduc presiunea evaluării publice.

Așadar, se conturează o asimetrie netă între consum și creare, în favoarea primului. Identitatea digitală este gestionată minimal, prin forme de participare cu risc scăzut și control reputațional ridicat. Mediul online este perceput mai degrabă ca spațiu de consum selectiv și conectare discretă decât ca scenă de autoprezentare sau afirmare creativă sistematică.

Informarea ca proces informal și contextual

Practicile descrise de copii indică un model informal și contextual de informare. Ei nu se văd ca persoane care „se informează”, ci ca destinațari indirecti ai informațiilor care circulă în jurul lor. Cel mai frecvent, informația ajunge „din auzite”, prin conversațiile adulților sau ale celor din proximitate:

Din auzite... de la persoanele din jurul nostru, care vorbesc despre politică.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Familie, prieteni... sau undeva și e mai multă lume și vorbește despre ceva. Și auzim și noi din întâmplare.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Informarea este integrată firesc în viața cotidiană, fără a fi separată de alte interacțiuni. Evenimentele publice devin relevante mai ales când sunt discutate de adulți sau asociate cu situații percepute ca grave ori amenințătoare. În aceste cazuri, copiii își formează o înțelegere indirectă a realității publice:

Adică dacă țara e amenințată, nu știu, cu bombe nucleare. De obicei, ascult pe părinții mei dacă vorbesc despre asta și fac și eu o idee. Sau ascult știrile la care se uită ei.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

În același timp, mulți copii evită consumul direct de știri, pe care îl percep ca încărcat sau tulburător. Apare dorința de a controla expunerea și de a selecta doar informațiile de interes personal. Această atitudine nu indică dezinteres, ci o formă de autoprotecție emoțională.

Dar, de obicei, adică nu vreau să mă uit la știri pentru că dau mai multe chestii și eu vreau să aflu doar chestia care mă interesează pe mine, așa că pot să întreb suplimentar AI-ul sau CGPT-ul.

FG București, mediul urban, 11–12 ani

Eu, de obicei, nu mă uit la știri pentru că mai există chestii de-astea cu accidente sau și astea mă supără, mă sperie.

FG București, mediul urban, 11–12 ani

Platformele de social media apar constant ca principale spații de întâlnire cu informația, chiar dacă nu sunt definite ca „aplicații de știri”. Informarea are loc „din mers”, în timp ce copiii folosesc platformele pentru divertisment:

(Aveți cumva aplicații de știri?)... TikTok, Facebook, da.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Majoritatea informațiilor apar pur și simplu când dăm scroll pe TikTok sau pe Instagram.

FG Ploiești, mediul urban, 14–15 ani

Expunerea este ghidată de algoritmi, nu de o intenție clară de a urmări actualitatea. Știrile apar fragmentar, amestecate cu divertisment, iar relevanța este evaluată rapid, în funcție de interesul personal. Uneori, importanța unei informații este confirmată social, prin circulația ei în școală:

Chiar când sunt știri importante se vorbește mult și la școală.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Astfel, copiii se informează mai ales incidental și relațional, prin social media și conversații din proximitate, validând informația social și filtrând-o emoțional, mai degrabă decât printr-un consum deliberat de știri.

Dezinformarea și detectarea „fake news”

Deși expunerea la informație este în mare parte pasivă și incidentală, apar situații în care copiii adoptă o atitudine activă, mai ales când subiectul este perceput ca important sau alarmant. Interesul personal funcționează ca declanșator al verificării:

... dacă mă interesează, mă informez.

FG Cireșu, 12–14 ani

În astfel de cazuri, unii copii recurg la comparația între surse:

Mă uit și la a doua sursă, ca să fiu sigur de ea.

FG București, 13–14 ani

Această practică indică o formă de verificare comparativă, chiar dacă nu este conceptualizată explicit. Evaluarea credibilității rămâne însă intuitivă și contextuală, bazată pe percepția asupra site-ului sau pe coerența

dintre titlu și conținut. Observația privind discrepanța dintre titlu și conținut sugerează o sensibilitate la clickbait și la exagerare emoțională:

Depinde de informații... și de site-uri, de canale.

FG Cireșu, 12–14 ani

Pun un titlu sus și în text zic cu totul altceva.

FG București, 11–12 ani

Validarea este adesea relațională. Copiii apelează la adulți pentru confirmare, ceea ce transformă verificarea într-un proces colectiv:

Trebuie să verifici sursele, să discuți cu părinții
sau poate cu oameni mai mari.

FG București, 11–12 ani

Eu la bunici mă uit la știri.(...) Eu cu mama de obicei.

FG București, 11–12 ani

Un aspect relevant este nivelul de conștientizare a manipulării digitale. Copiii menționează explicit posibilitatea falsificării imaginilor și videoclipurilor prin inteligență artificială:

Pe TikTok unele se pot forma prin inteligență artificială...
nu știi care mai este real și care mai e.

FG Cireșu, 12–14 ani

Această afirmație exprimă o incertitudine epistemică: diferența dintre real și fabricat este percepută ca instabilă.

Îl iau pe Putin dintr-o imagine și îl pun într-un alt peisaj făcut cu AI-ul.

FG București, 11–12 ani

Copiii pot descrie mecanismul manipulării în termeni concreți, chiar dacă nu îl conceptualizează tehnic. Există, așadar, o alfabetizare media emergentă, bazată pe experiență directă.

Strategiile identificate includ:

- compararea surselor;
- identificarea titlurilor exagerate;
- apelul la adulți;
- evaluarea plauzibilității („dacă sună neverosimil”).

Aceste mecanisme sunt funcționale, dar nesistematizate și dependente de interesul personal sau de prezența unui adult de referință. Conștientizarea manipulării prin AI generează mai degrabă prudență decât competență tehnică. Copiii nu sunt consumatori complet naivi, dar nici nu dispun de un cadru stabil de analiză critică. Detectarea „fake news” este predominant intuitivă și contextuală. Datele susțin necesitatea consolidării educației media formale, adaptate vârstei, astfel încât intuițiile existente să fie transformate în competențe critice consolidate, esențiale într-un mediu digital marcat de conținut generat de inteligență artificială.

Subiecte serioase, emoții și evitarea conținutului negativ

În focus-grupuri, copiii aduc în discuție teme precum războiul din Ucraina, invazia rusă, sărăcia, diferențele dintre bogați și săraci, alegeri sau mărirea TVA. Faptul că aceste subiecte apar spontan arată că agenda publică este prezentă în universul lor cotidian, chiar dacă accesul la ea este în mare parte mediat – prin conversații familiale, școală sau conținutul întâlnit pe social media. Copiii nu caută sistematic aceste teme, dar le absorb indirect, în funcție de context.

Temele de război și securitate produc cele mai intense reacții emoționale. Subiectele economice sau legislative rămân mai abstracte, în timp ce conflictul armat sau imaginile de suferință sunt percepute ca amenințări concrete, cu impact imediat: Milă. FG Cireșu, 12–14 ani. Această reacție scurtă, dar puternică, indică o empatie directă față de victime și o capacitate de identificare afectivă, chiar în absența unei înțelegeri politice detaliate a contextului.

Ori nu le înțelegem, ori sunt prea triste.

FG Cornu, 10–12 ani

Copiii descriu două filtre simultane: unul cognitiv (dificultatea de a înțelege complexitatea subiectului) și unul emoțional (încărcătura afectivă ridicată). Retragera sau evitarea apare ca formă de autoreglare, nu ca lipsă de interes.

Dacă nu ne afectează... prefer să evit aceste subiecte.

FG Ploiești, 14–15 ani

La adolescenți se observă un criteriu suplimentar – relevanța personală. Subiectele sunt evaluate pragmatic: dacă nu au impact direct asupra vieții lor, ele sunt considerate secundare. Aceasta sugerează o formă incipientă de selecție rațională a informației.

Nu neapărat e important să fim la curent cu tot...

ar trebui să existe un program unde să explice știrile pe înțelesul adolescenților.

FG București, 11–12 ani

Afirmația exprimă simultan recunoașterea importanței informării și conștientizarea limitelor proprii. Copiii solicită mediere adaptată vârstei, ceea ce indică deschidere față de informare, dar și nevoie de sprijin pedagogic. Pentru copiii mai mici, știrile sunt asociate direct cu anxietate și anticiparea pericolului: Mă sperie foarte tare... îmi dă senzația de panică.

FG București, 11–12 ani. Descrierea este corporală și intensă, sugerând un impact emoțional puternic, nu doar o reacție intelectuală:

Nu vreau să mă uit la știri... sunt foarte multe chestii sinucideri sau accidente.

FG București, 11–12 ani

Știrile sunt percepute ca dominate de conținut negativ, ceea ce conduce la o generalizare a ideii de pericol. Evitarea devine strategie explicită de protecție emoțională. Expunerea repetată la conținut alarmant poate modifica percepția siguranței personale și influența comportamente cotidiene. Mass-media contribuie astfel la construirea unei imagini a realității percepute ca fiind mai riscante decât experiența directă.

Mie mi-e frică să merg singură pe stradă... pentru că mă uit la știri.

FG București, 11–12 ani

Copiii formulează o graniță clară între lumea lor și responsabilitățile adulte. Această poziționare exprimă o conștientizare a diferenței generaționale și o revendicare a dreptului la o etapă de viață protejată de presiuni economice sau politice complexe. Nu este vorba despre respingerea informării, ci despre stabilirea unei limite emoționale legitime.

Cred că fiecare vine la timpul lor... nu trebuie să ne stresăm acum pentru stresurile adulților, despre mărirea TVA-ului.

FG București, 11-12 ani

Relația copiilor cu subiectele serioase este caracterizată de empatie morală, interes selectiv și strategii de protecție emoțională. Temele de conflict și securitate produc cel mai puternic impact, în timp ce subiectele economice sau instituționale rămân mai îndepărtate și abstracte.

Copiii nu sunt indiferenți față de actualitate, dar își gestionează expunerea în funcție de intensitatea emoțională și de relevanța personală. Această combinație între curiozitate și evitare arată necesitatea unei comunicări publice adaptate, echilibrate și explicative, care să sprijine dezvoltarea unei raportări informate, dar și sănătoase emoțional, la realitatea socială.

Atitudini civice, democrație și identitate europeană

REPREZENTARE ȘI ALEGERI: DE CE ALEGEM PE CINEVA

Datele din focus-grupuri arată că democrația este înțeleasă de copii aproape exclusiv prin experiențe trăite, nu prin definiții abstracte. Școala funcționează ca principal spațiu de socializare civică, iar procesele precum alegerea șefului de clasă sau participarea la consiliul elevilor devin cadrele concrete prin care copiii învață ce înseamnă reprezentarea. În acest sens, democrația este percepută ca o practică situată, legată de situații cotidiene și relații directe de putere.

Pentru o parte dintre copii, motivația de a candida sau de a fi ales este asociată cu nevoia de participare și de vizibilitate în viața grupului:

Am vrut și eu să fiu în consiliul pentru că mi-am dorit să pot să... să particip.

FG București, 11-12 ani

Această dorință nu este formulată în termeni ideologici, ci pragmatici: a fi ales înseamnă „a fi acolo”, a avea acces la decizie și la discuție.

În același timp, copiii identifică foarte rapid disfuncționalitățile procesului de vot. Ei descriu alegerile ca fiind frecvent influențate de criterii informale – gen, alianțe între colegi, simpatii – mai degrabă decât de competență:

Dacă o fată e șef al clasei, băieților nu le convine.

Dacă un băiat e șeful clasei, fetelor nu le convine.

FG București, 11–12 ani

Băieții se votează pe băieți. Nimeni nu votează corect.

FG București, 11–12 ani

Aceste afirmații indică o conștientizare timpurie a inechităților democratice și a faptului că votul nu garantează automat corectitudinea sau meritul. Copiii nu resping ideea de alegeri, dar o privesc critic, ca pe un proces imperfect.

Odată cu creșterea vârstei (13–14 ani), discursul devine mai abstract și mai normativ. Reprezentarea este explicată explicit ca o soluție necesară atunci când participarea directă nu este posibilă:

Trebuie să ne alegem pe cineva care să ne reprezinte.

FG București, 13–14 ani

În aceste grupuri apar și criterii clare de competență, precum inteligența, organizarea și responsabilitatea:

Am ales-o pentru că este mai organizată decât alții din clasă.

FG București, 13–14 ani

Totuși, experiențele concrete diferă semnificativ între școli. În unele contexte, copiii descriu un control adult puternic asupra procesului, care goleşte de sens ideea de alegere: La noi alege doamna dirigintă. *FG Cireșu*

În alte cazuri, sunt menționate proceduri apropiate de un vot formal, cu buletine și opțiuni clare: Trebuia să avem niște foi și trebuia să votăm pe cineva. *FG Cireșu*

Aceste diferențe arată că experiența democrației este profund dependentă de contextul instituțional, iar școala poate funcționa fie ca spațiu de exersare a participării, fie ca spațiu de simulare formală. Funcția de reprezentant este asociată de copii cu responsabilitate și muncă, nu doar cu statut:

E o muncă foarte mare, pe care mulți nu o văd.

FG București, 11–12 ani

În același timp, copiii sunt sensibili la abuzul de putere și la dezechilibrele de statut: Șeful clasei e oarecum mai superior decât noi. *FG Cireșu*

Această ambivalență – între recunoașterea responsabilității și percepția inegalității – reflectă modul în care copiii învață că puterea poate fi atât funcțională, cât și problematică. Important este faptul că ei recunosc existența regulilor și a mecanismelor de control:

Nu poți face chiar orice, sunt reguli.

(FG București, 13–14 ani)

Mai mult, copiii afirmă explicit dreptul de a contesta și corecta deciziile unui reprezentant:

Dacă el a greșit, putem să spunem și să-l schimbăm.

FG Ploiești, 14–15 ani

Această idee indică o înțelegere incipientă, dar relevantă, a responsabilității democratice și a legitimității criticii. În unele discursuri, experiențele școlare sunt extinse simbolic către nivelul societal:

Poate să vină un nebun. Să ne ducă în războaie.

FG Cireșu

Chiar dacă formularea este simplă, ea arată că pentru copii alegerile sunt asociate cu consecințe reale și grave, iar puterea politică este percepută ca având impact direct asupra vieții colective. Participarea formală, în special în consiliile elevilor, este însă adesea descrisă ca lipsită de impact:

Mă simt că mergem degeaba la consiliu.

FG București, 11–12 ani

Această experiență de inutilitate contribuie la demotivare și scepticism, sugerând că participarea fără influență reală poate submina încrederea în mecanismele democratice.

Copiii dezvoltă o înțelegere pragmatică și critică a democrației, construită din experiențe concrete, nu din discursuri abstracte. Ei acceptă ideea de reprezentare, reguli și lideri, dar sunt atenți la inechități, abuzuri și lipsa de eficiență. Dreptul de a-și spune părerea este recunoscut ca esențial, chiar dacă aplicarea sa este adesea limitată de contextul instituțional.

Școala apare astfel ca un spațiu-cheie de formare civică, dar și ca un mediu ambivalent, în care copiii pot învăța atât sensul participării democratice, cât și limitele acesteia.

DREPTURI ȘI RESPONSABILITĂȚI CA MEMBRI AI COMUNITĂȚII

Datele sugerează că apartenența la comunitate este conceptualizată de copii ca o relație de reciprocitate, în care drepturile sunt inseparabile de responsabilități. Formularea Avem și drepturi, dar și responsabilități. *FG București, 13–14 ani*, indică o internalizare timpurie a ideii de echilibru normativ, nu o revendicare unilaterală a privilegiilor.

În același timp, raportarea la lideri relevă o înțelegere procesuală a responsabilității publice. Afirmatia Întâi îl avertizăm și vedem dacă se remediază pe parcurs. *FG Ploiești*, arată că sancțiunea este percepută ca ultimă etapă a unui parcurs gradual de corectare, ceea ce sugerează o reprezentare a autorității ca relație negociată, nu absolută.

Extinderea acestei logici la nivel societal – Chiar dacă ești președinte, există persoane care pot controla ce faci tu. *FG București, 13–14 ani* – indică generalizarea principiului controlului puterii din micro-comunitatea școlară către instituțiile statului. În ansamblu, discursul copiilor reflectă o înțelegere emergentă a democrației ca sistem de echilibru între participare, reguli și mecanisme de limitare a autorității.

Copiii vorbesc despre responsabilități civice în primul rând în legătură cu respectarea regulilor și a legilor, pe care le văd ca bază a vieții în comun. Ideea este formulată direct și fără ambiguități:

Trebuie să respectăm regulile, legile.

FG Ploiești, 14–15 ani

Atunci când menționează plata taxelor sau protejarea mediului, copiii preiau teme specifice discursului civic adult. Totuși, aceste referințe nu apar ca simple reproduceri din manuale, ci sunt integrate coerent în propria lor înțelegere a ceea ce înseamnă „a fi un bun membru al comunității”. Se observă astfel o internalizare timpurie a normelor de conviețuire, chiar dacă limbajul utilizat rămâne apropiat de cel din educația formală. În mediul rural, responsabilitatea este exprimată mai puțin prin concepte generale și mai mult prin exemple concrete, ancorate în experiențe personale:

Când am fost la pescuit și era plin de gunoaie, le-am strâns.

FG Cornu, 10–12 ani

Acest tip de relatare arată că responsabilitatea este înțeleasă ca gest practic de grijă față de spațiul comun. Diferența față de mediul urban nu ține de valori sau principii, ci de modul de formulare. În ambele contexte, copiii asociază responsabilitatea cu respectul pentru reguli și pentru ceilalți; însă în rural aceasta este exprimată prin situații trăite direct, iar în urban prin referințe mai abstracte la norme și obligații.

Sensibilitatea față de corectitudine apare natural în discursurile copiilor și este legată de situații concrete în care percep diferențe de tratament sau lipsă de echitate. În mediul urban, ideea de corectitudine este asociată cu respectarea procedurilor și a dreptului de a decide. Pentru copii, nu doar rezultatul contează, ci și felul în care se ajunge la el:

Nu mi se pare corect când nu se votează și decide doamna.

FG București, 11–13 ani

În mediul rural, nedreptatea este formulată mai frecvent în termeni socio-economici, pornind de la observații directe despre diferențe de resurse și oportunități:

Oamenii mai bogați au mai multe avantaje.

FG Cornu, 10–12 ani

Chiar dacă limbajul este mai simplu, percepția inegalității este clară. Copiii identifică rapid situațiile în care avantajele nu sunt distribuite echitabil și le asociază cu lipsa de șanse egale. În ambele contexte, sensibilitatea la nedreptate nu este teoretică, ci bazată pe experiențe trăite sau observate.

Un fir tematic constant în discursurile copiilor este tensiunea dintre dorința de participare și influența redusă pe care o au, în realitate, asupra deciziilor luate de adulți. În mediul urban, această limitare este formulată direct și fără ambiguitate:

De multe ori nu suntem întrebați.

FG București, 13–14 ani

Copiii disting însă între situații diferite. Ei recunosc că există contexte în care sunt consultați, dar subliniază caracterul selectiv al acestor momente:

Nu s-a hotărât fără opinia noastră.

FG Cireșu

Această alternanță între includere și excludere produce o stare de ambivalență. Participarea este apreciată ca valoare, însă experiențele repetate de lipsă de impact pot genera frustrare și retragere:

Nu are rost să îți spui părerea, că nu se schimbă nimic.

FG București, 13–14 ani

Se conturează astfel un sentiment incipient de neputință participativă, în care exprimarea opiniei nu mai este percepută ca eficientă. În aceste condiții, unii copii aleg să tacă sau să se retragă din spațiul decizional. Explicația invocată de copii este frecvent legată de diferența generațională și de experiența acumulată a adulților, ceea ce reflectă, pe de o parte, o recunoaștere a autorității acestora, iar pe de altă parte, o delimitare clară între „lumea copiilor” și spațiul în care se iau deciziile.

Adulții iau deciziile pentru că au trăit alte vremuri.

FG București, 13–14 ani

Copiii conturează o înțelegere aplicată a cetățeniei, centrată pe echilibrul dintre drepturi și responsabilități. Responsabilitatea este văzută atât ca obligație individuală (respectarea regulilor, grija față de mediu), cât și ca mecanism colectiv, prin posibilitatea de a controla sau corecta liderii. Deși dorința de a fi ascultați este constantă, experiențele de excludere din procesul decizional pot genera retragere participativă.

Diferențele dintre urban și rural țin mai ales de limbaj și formulare: în urban predomină referințele la drepturi și proceduri, iar în rural exemplele concrete și experiențiale. În ambele contexte, însă, corectitudinea, responsabilitatea și participarea sunt percepute ca esențiale pentru viața comunitară, indicând un potențial civic real, dependent de sprijinul și deschiderea contextului instituțional.

ATITUDINI FAȚĂ DE UNIUNEA EUROPEANĂ, VALORI EUROPENE ȘI IDENTITATE

Pentru majoritatea copiilor, „Europa” este înțeleasă în primul rând ca realitate geografică și spațiu al relațiilor, nu ca proiect politic. Definițiile sunt descriptive și pun accent pe diversitate și apartenență:

Europa e unde sunt multe țări.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Un continent în care este și țara noastră.

FG Cornu

Europa înseamnă să poți merge în alte țări.

FG Ploiești, mediul urban, 14–15 ani

Europa este asociată frecvent cu libera circulație, deschiderea către alte culturi și posibilitatea de a călători. Ea nu apare ca identitate simbolică sau construcție politică, ci ca infrastructură a oportunităților. Această reprezentare sugerează o socializare indirectă, construită prin experiențe concrete – călătorii, migrație familială, exemple din media. În ceea ce privește Uniunea Europeană, definițiile sunt simple și funcționale, centrate pe ideea de cooperare:

Uniunea Europeană e ca un grup de țări care sunt împreună.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Conceptualizarea este simplificată („grup”), dar indică o înțelegere intuitivă a interdependenței și colaborării între state. În discursuri apar și suprapuneri simbolice cu NATO, percepută tot ca formă de sprijin colectiv:

Mi-e îmi vine în minte steagul. Trupele speciale NATO.

FG Cireșu

NATO... un fel de ajutor reciproc în egalitate.

FG București, 13–14 ani

Raportarea la Uniunea Europeană este puternic ancorată în efecte concrete și beneficii observabile:

Ne salvează de invazia rusească, cum s-a întâmplat în Ucraina.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Au făcut drumuri.

FG Cornu, mediul rural, 10–12 ani

Școala a fost renovată.

FG Ploiești, mediul urban, 14–15 ani

Poți să înveți sau să lucrezi în alte țări.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Să fie mâncarea sigură.

FG București, mediul urban, 11–12 ani

Să nu fie jucării periculoase.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

UE este valorizată prin infrastructură, securitate, mobilitate educațională și standarde de protecție. Legitimitatea nu este construită prin atașament simbolic sau discurs ideologic, ci prin rezultate tangibile care pot fi văzute, folosite sau experimentate direct. Încrederea derivă din utilitate și efecte concrete în viața de zi cu zi.

În discursurile copiilor, identitatea europeană nu apare ca o etichetă politică sau ideologică, ci ca o experiență trăită, activată în contexte concrete. Pentru majoritatea, apartenența la Europa nu este o dimensiune permanent conștientizată, ci una care devine vizibilă în situații specifice – călătorii, școală, discuții despre alte țări.

Nu e de parcă e o chestie anume care mă face să mă simt parte din Uniunea Europeană.

FG București, 11–12 ani

Mă simt parte din Europa când merg în altă țară.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

La școală, când învățăm despre alte țări.

FG Cornu, mediul rural, 10–12 ani

Pentru unii copii, apartenența este explicată în termeni juridico-politici, prin statutul României ca stat membru și prin ideea de egalizare a drepturilor: **Pentru că suntem într-o țară care face parte din Uniunea Europeană. Și Uniunea Europeană încearcă să egalizeze drepturile.** *FG Cornu*

În alte situații, identitatea europeană este exprimată într-un registru afectiv și comunitar, apropiat de solidaritatea locală:

Să fim uniți. Să ne avem ca frații. Să nu se facă diferențe între țări.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Valorile asociate Europei sunt înțelese pragmatic. Libertatea este tradusă prin exprimarea opiniei și mobilitate, iar egalitatea prin tratament echitabil:

Libertatea e să poți să spui ce gândești.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Libertatea de a vota. De a munci în țară și în afară. *FG Cireșu*

Egalitatea e să fim tratați la fel.

FG Ploiești, mediul urban, 14–15 ani

Să nu fie unii mai presus ca alții.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Să ai timp să faci ceea ce te relaxează. *FG Cornu*

Aceste formulări arată că identitatea europeană este construită prin valori trăite și observate, nu prin definiții teoretice.

Un element constant este ideea că diversitatea culturală nu contrazice unitatea. Copiii nu asociază Europa cu uniformizarea, ci cu existența unor norme comune care fac posibilă conviețuirea:

Aceleași reguli.

FG Ploiești, mediul urban, 14–15 ani

Drepturi egale.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Să se respecte unii pe alții.

FG Cornu, mediul rural, 10–12 ani

Nu avem cum să avem aceleași limbi. Dar am putea avea aceleași reguli, aceleași drepturi.

FG Ploiești

Identitatea europeană apare ca o combinație între experiență personală, valori concrete și ideea de reguli comune. Ea nu este încă o identitate simbolică puternic interiorizată, dar se conturează ca un cadru de oportunități, cooperare și protecție, înțeles prin situații trăite și prin analogii accesibile vârstei.

În ansamblu, copiii se raportează la Europa și la Uniunea Europeană într-o manieră predominant pozitivă, dar mai ales pragmatică. Evaluarea lor este centrată pe beneficii concrete – posibilitatea de a călători și studia în alte țări, sentimentul de protecție, investițiile vizibile în infrastructură, existența unor reguli percepute ca echitabile – și mai puțin pe dimensiunea simbolică sau identitară abstractă.

Această orientare sugerează conturarea unei identități europene în formare, ancorate în experiențe directe și în contexte educaționale, care are potențialul de a se consolida pe măsură ce interacțiunile cu spațiul european devin mai frecvente, mai personale și mai semnificative pentru parcursul lor de viață.

VALORI, ASPIRAȚII ȘI REPREZENTĂRI ALE SUCCESULUI

Discursurile copiilor despre aspirații, succes și schimbare socială conturează un set de valori coerent, chiar dacă exprimat într-un limbaj concret, nu abstract. Valorile devin vizibile prin exemple, alegeri profesionale și justificări personale, iar analiza indică patru direcții dominante: responsabilitatea, utilitatea socială, echilibrul și grija față de ceilalți.

Alegerea frecventă a unor profesii precum polițist, militar sau judecător reflectă o valorizare a ordinii și a responsabilității față de comunitate. Puterea este acceptată în măsura în care este asociată cu responsabilitate și cu apărarea celorlalți. Autoritatea este percepută ca legitimă doar atunci când este exercitată pentru protecție și corectitudine, nu ca formă de dominare.

Polițistul... dacă prind oameni care merg cu viteză sau nu au permis.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

În armată. Ca să apăr țara.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

În același timp, numeroase aspirații sunt orientate spre profesii de îngrijire – medic, veterinar, educator – ceea ce indică o etică a grijii și a utilității sociale. Succesul este asociat cu capacitatea de a face bine și de a avea un impact pozitiv asupra altora.

Eu vreau să mă fac doctor-veterinar...

să am cabinetul meu acasă și să ajut animalele.

FG Cornu, mediul rural, 10–12 ani

Medic... să pot vindeca boli mai grave.

FG Cornu, mediul rural, 10–12 ani

A fi „realizat” înseamnă a fi util și a contribui la binele altora, nu doar a obține statut sau recunoaștere formală. Definițiile succesului indică o distanțare față de o perspectivă exclusiv materială. Banii sunt considerați necesari, dar integrați într-un cadru mai larg al stabilității și al echilibrului personal.

Banii sunt o bază... îți permit să faci și alte lucruri.

FG Ploiești, mediul urban, 13–14 ani

Nu poți să ai familie dacă ești prea sărac.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

În paralel, sensul muncii și satisfacția personală sunt criterii centrale. Succesul este astfel înțeles ca echilibru între muncă, viață personală și relații, nu ca acumulare sau competiție permanentă.

Să faci ceea ce faci cu plăcere.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Să am un job la care să nu mă duc cu scârbă.

FG București, mediul urban, 11–12 ani

Chiar și dorința de a fi „cunoscut” are un sens relațional, nu unul orientat spre celebritate abstractă:

Să fiu cunoscută de oamenii din jur.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Recunoașterea este valorizată în cercurile apropiate, acolo unde relațiile au semnificație directă.

Răspunsurile legate de schimbarea lumii evidențiază o orientare morală clară către pace, echitate și solidaritate. Războiul și insecuritatea sunt percepute ca amenințări directe, iar dorința de stabilitate este formulată explicit.

Să nu mai fie războaie, să trăim în pace.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Să nu mai trăim cu frica aia că vine războiul.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Inegalitatea este interpretată în termeni morali, ca problemă de dreptate:

Să ajutăm oamenii mai sărmani cu mâncare, haine, un acoperiș.

FG Cireșu, mediul rural, 12–14 ani

Să nu fie oameni foarte bogați și alții foarte săraci.

FG Ploiești, mediul urban, 13–14 ani

Apare și ideea responsabilității față de consecințe și față de mediu:

Oamenii să se gândească mai mult la consecințe.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Mi-ar plăcea să fie mai mulți copaci și spații verzi.

FG București, mediul urban, 13–14 ani

Valorile exprimate de copii gravitează în jurul responsabilității, grijii față de ceilalți, echității și echilibrului personal. Succesul este imaginat ca reușită morală și relațională – a fi util, a contribui la binele comun și a trăi într-o lume mai sigură și mai dreaptă. Deși formulările sunt simple și ancorate în experiențe concrete, coerența lor indică un potențial civic real, care poate fi consolidat prin contexte educaționale și instituționale capabile să transforme aceste orientări valorice în practici constante de implicare și responsabilitate socială.

Concluzii din cercetarea calitativă

Datele calitative conturează o copilărie hibridă, în care offline-ul și online-ul nu sunt lumi separate, ci registre complementare ale aceleiași vieți cotidiene. Timpul liber este definit mai ales ca spațiu de autonomie și recuperare emoțională, nu ca interval orientat spre performanță. Diferențele rural–urban țin în principal de ritmul vieții și de oportunități: în rural predomină continuitatea rutinelor și integrarea firească a activităților în aer liber, iar în urban apare o delimitare mai clară între săptămână și weekend și o fragmentare mai vizibilă a programului. Valorile de fond rămân însă similare.

Socializarea se desfășoară într-un continuum relațional. Mediul digital este folosit în primul rând pentru menținerea relațiilor existente, coordonare (inclusiv școlară) și consolidarea apartenenței la grup. În rural, rețelele sunt mai ancorate în comunitatea locală, iar în urban sunt mai accentuate funcțiile instrumentale (organizare, grupuri, comunicare permanentă). **Tehnologia apare ca infrastructură de relaționare, nu ca substitut al întâlnirilor față în față.**

În privința platformelor, ecosistemul de aplicații este relativ omogen, iar orientarea dominantă este spre consum, nu spre producție de conținut. Videoclipurile scurte, muzica și conținutul amuzant domină practicile cotidiene. Interesul personal funcționează ca principal filtru al atenției, iar algoritmi sunt percepuți pragmatic, ca mecanisme care livrează conținut relevant. În paralel, apar strategii de gestionare a vizibilității (interacțiuni minimale, story-uri, separarea audiențelor), semn al unei prudențe reputaționale.

Jocurile online au o semnificație aparte: ele oferă reguli clare, progres măsurabil și recompense simbolice, susținând sentimentul de competență și control. Componenta creativă (construcție, design) întărește autonomia, iar dimensiunea socială consolidează apartenența. Emoțiile negative, precum frustrarea, sunt gestionate frecvent prin întrerupere voluntară, ceea ce indică un control perceput asupra experienței digitale.

Raportarea la conținut sensibil și la informare este marcată de expunere incidentală și mecanisme de protecție emoțională. **Copiii evită conținutul perceput ca negativ și caută sprijin în grupul de egali.** Informarea despre actualitate are loc „din mers”, prin social media sau conversații ale adulților, cu episoade de căutare activă atunci când tema devine relevantă. Verificarea informației se face prin comparație și apel la adulți. Există o conștientizare a dezinformării și a manipulării prin inteligență artificială, însă competențele rămân la nivel de alfabetizare media emergentă.

În plan civic, **democrația este înțeleasă prin experiențe concrete, mai ales școlare.** Copiii combină acceptarea regulilor cu sensibilitate la închițări și eficiență redusă a participării. Drepturile sunt asociate constant cu responsabilitățile, iar ideea de control asupra liderilor apare explicit. Raportarea la Uniunea Europeană este pozitivă, dar evaluată

prin beneficii tangibile – mobilitate, siguranță, infrastructură, standarde – în timp ce identitatea europeană rămâne situațională și dependentă de experiențe directe.

La nivel axiologic, se conturează un nucleu stabil de valori: responsabilitate, utilitate socială, grijă, echitate și echilibru. Succesul este definit prin plăcerea muncii, stabilitate și relații semnificative, nu exclusiv prin acumulare materială. Dorința de schimbare vizează pacea, reducerea fricii, diminuarea inegalităților și protejarea mediului.

Per ansamblu, datele descriu o generație care trăiește natural într-o lume conectată, își gestionează experiența digitală prin filtre de interes și autoreglare și își construiește reperele civice și morale prin experiențe concrete. Potențialul civic este vizibil, dar dezvoltarea lui depinde de contexte educaționale și instituționale capabile să îl susțină.

ANALIZA DATELOR CALITATIVE

**PERSPECTIVA
&
PĂRINȚILOR**

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Analiza datelor calitative — perspectiva părinților

Viața digitală: între fascinație și dependență

Viața digitală este descrisă de părinți într-o tonalitate ambivalentă, în care plăcerea și îngrijorarea coexistă. Mediul online este perceput ca sursă de entuziasm autentic, dar și ca spațiu care poate deveni dominant în organizarea timpului copilului. „Atracția” nu este formulată ca simplu obicei, ci ca relație intensă, aproape gravitațională, în care dispozitivul concentrează atenția și energia afectivă.

Este foarte atrasă de internet, televizor, Roblox și YouTube.

FG Părinți

Explicația oferită de părinți trimite frecvent la dinamica internă a platformelor: progres vizibil, niveluri, recompense rapide, umor constant. Implicarea nu este întâmplătoare, ci susținută de o arhitectură a satisfacției imediate, care încurajează continuitatea. Logica „încă un nivel” funcționează ca mecanism de prelungire a experienței, reducând capacitatea de auto-limitare.

... este acum prins într-un joc, a ajuns la un anumit nivel și este interesat să ajungă cât mai sus. Pe YouTube urmărește youtuberi care povestesc și fac lucruri amuzante. Spune că este amuzant și că de aceea se uită. Totul se întâmplă foarte repede: trece un nivel și vrea imediat următorul.

FG Părinți

Termeni precum „adicție” sunt utilizați în registru familial, nu clinic. Ei exprimă neliniștea legată de intensitatea implicării și de dificultatea întreruperii, mai degrabă decât o evaluare medicală. Încercarea adultului de a explica diferența dintre joc și realitate arată o strategie de reancorare simbolică, menită să reducă fuziunea dintre experiența digitală și viața cotidiană.

Cred că această adicție vine din recompensele din jocuri. Totul se obține foarte repede și îi oferă satisfacție. Încerc să îi explic că este doar un joc, nu este realitate, dar entuziasmul lui este foarte mare. *FG Părinți*

Telefonul este asociat și cu un spațiu de autonomie personală. Retragera în cameră nu este descrisă exclusiv ca izolare, ci ca formă de gestionare independentă a relațiilor și a emoțiilor. „Libertatea” invocată trimite la controlul asupra propriei interacțiuni, nu doar la lipsa supravegherii.

De multe ori stă în camera ei, cu ușa închisă, și se aud doar râsete și voie bună. Telefonul îi face foarte multă plăcere și îi oferă senzația de libertate. *FG Părinți*

Evaluarea parentală diferențiază între consum repetitiv și utilizare cu valoare formativă. Timpul digital devine acceptabil atunci când este asociat cu efort cognitiv, creație sau aprofundare tematică. Distincția implicită este între pasivitate și producție.

Folosește mult telefonul, tableta și laptopul, dar un avantaj este că scrie și folosește laptopul pentru acest lucru. Lucrează la o carte. *FG Părinți*

În același timp, părinții reflectează asupra propriului rol de model. Practicile digitale ale adulților reduc autoritatea normativă, iar dificultatea de a impune limite este recunoscută explicit. Controlul nu este doar o problemă de reguli, ci și de coerență intergenerațională.

Copiii au luat exemplu de la noi, pentru că și noi, adulții, stăm foarte mult cu telefonul sau tableta în mână. Este greu să îi spui copilului să nu stea, când tu faci același lucru. *FG Părinți*

Viața digitală apare astfel ca un spațiu de tensiune între entuziasm, autonomie și necesitatea delimitării, iar problema centrală nu este existența tehnologiei, ci gestionarea proporției sale în economia zilnică a familiei.

Deși utilizarea tehnologiei este frecvent asociată cu retragerea individuală, relatările părinților arată că mediul digital poate deveni și un cadru de interacțiune partajată. În aceste situații, dispozitivul nu funcționează ca barieră între generații, ci ca pretext pentru activitate comună. Accentul nu cade pe conținutul digital în sine, ci pe experiența împărtășită și pe dinamica relațională pe care aceasta o generează.

Mai demult jucam și jocuri educative pe telefon, cu țări și orașe, și era distractiv pentru toată familia. *FG Părinți*

Dimensiunea ludică este asociată cu învățarea și cu consolidarea legăturii familiale. Competiția prietenoasă, schimbul de informații și atmosfera de joc transformă ecranul într-un spațiu de colaborare, nu de separare. În alte situații, copilul devine inițiatorul activității digitale, iar părinții intră în rol de participanți. Această inversare temporară a raporturilor de competență produce o redistribuire simbolică a autorității: copilul este expertul, iar adultul acceptă poziția de co-jucător.

Mai nou, creează un joc pentru familie, ne dă un cod și jucăm împreună. Sunt întrebări de geografie și istorie, iar cine câștigă primește un premiu stabilit de ea. *FG Părinți*

Tehnologia devine astfel un cadru de afirmare a competenței digitale a copilului, iar recunoașterea acestei competențe contribuie la consolidarea încrederii reciproce.

Co-participarea apare și în contexte educaționale, prin căutarea comună de informații pentru teme sau proiecte. Aici, relația se bazează pe complementaritate: adultul oferă experiență, iar copilul navighează cu ușurință instrumentele digitale.

Noi nu avem jocuri pe care să le jucăm împreună pe platforme sau pe rețele. În schimb, căutăm informații pe internet pentru teme sau proiecte, pentru că am ajuns într-o perioadă în care avem nevoie și noi, adulții, de ajutor. *FG Părinți*

Recunoașterea faptului că și adulții „au nevoie de ajutor” sugerează o flexibilizare a rolurilor tradiționale și o adaptare la un mediu în care competența tehnologică este distribuită diferit între generații. Există și încercări

deliberate de a institui un timp digital comun, perceput ca ritual familial. Formularea „momentul nostru” indică o instituționalizare a activității digitale în cadrul relației, prin delimitarea ei ca experiență comună, nu ca utilizare difuză.

Ne mai jucăm și pe PlayStation, acesta fiind momentul nostru. Cred că dacă le oferim alternative, îi putem ține departe de telefon, dar trebuie să recunoaștem că telefonul este nelipsit.

FG Părinți

Această ambivalență – între acceptarea caracterului inevitabil al telefonului și încercarea de a-l integra controlat în viața de familie – reflectă o strategie de adaptare, nu de respingere. Tehnologia este inclusă în ecuația relațională, dar cu delimitări intenționate.

Co-participarea digitală indică faptul că impactul tehnologiei asupra familiei nu este uniform. Modul în care este utilizată și contextul relațional în care este plasată determină dacă devine factor de distanțare sau suport pentru apropiere.

Socializarea: mutarea relației în online

Relatările părinților indică o transformare a mediului în care copiii își construiesc relațiile. Comparația cu propria copilărie funcționează ca reper narativ, dar nu exprimă doar nostalgie, ci semnalează o schimbare structurală a spațiului de interacțiune. Relațiile nu se reduc, ci se reconfigurează în jurul platformelor digitale.

Socializarea lor este diferită de a noastră. Noi ieșeam cu mingea afară, ei stau pe Roblox sau pe telefon. *FG Părinți*

Curtea, strada sau spațiile de proximitate fizică sunt înlocuite de medii virtuale care funcționează ca teritorii comune. Platformele devin locuri de întâlnire, iar jocul online capătă rolul pe care îl aveau anterior activitățile colective din spațiul public.

Un element central al acestei mutări este apartenența. Participarea online este percepută ca normă implicită a grupului, iar absența din spațiul digital poate genera marginalizare simbolică. Accesul la dispozitive nu este tratat doar ca opțiune tehnologică, ci ca instrument de integrare socială.

Dacă nu ești prezent acolo, riști să fii exclus. Am un exemplu cu o colegă care nu i-a dat copilului telefon, iar la o zi de naștere copilul era complet pe dinafară. De aceea cred că trebuie găsit un echilibru. *FG Părinți*

Dilema părinților se situează tocmai între protecție și integrare: limitarea accesului poate însemna retragerea din circuitul relațional al grupului.

Interacțiunea digitală este descrisă ca fiind centrată pe activitate comună, nu pe conversație elaborată. Legătura se menține prin participare simultană, iar dialogul are o funcție pragmatică, minimală, subordonată jocului.

Chiar și prietenul lui cel mai bun, fiind plecat în Spania, vorbesc în permanență și se joacă. Nu discută foarte mult ce au făcut, se salută și intră direct în joc. *FG Părinți*

În acest tip de interacțiune, „a face împreună” devine mai important decât „a povesti”. Relația este consolidată prin co-prezență digitală, chiar și la distanță geografică.

Mediul online funcționează și ca extensie pragmatică a relației atunci când întâlnirile directe sunt limitate de context. Nu este prezentat ca substitut definitiv al interacțiunii față în față, ci ca soluție de continuitate.

Lui i-ar plăcea foarte mult să se vadă cu colegii față în față, să vină la el sau să meargă la ei. În ultima perioadă, din cauza vremii reci, nu au reușit să se întâlnească, iar întâlnirea lor se mută în online. *FG Părinți*

Offline-ul și online-ul nu apar ca spații antagonice, ci ca medii complementare, activate în funcție de condițiile concrete.

În cazul fetelor, socializarea online include adesea o dimensiune creativ-performativă. Interacțiunea presupune producție de conținut, concursuri, filmări sau coregrafii realizate simultan din spații diferite.

În general, ea vorbește cu prietenele. Acesta este spațiul virtual în care joacă jocuri, fac concursuri, fac videoclipuri și dansează, fiecare din casa ei. Câteodată le adunăm împreună, dar după ce vorbesc și se joacă puțin, când intrăm în cameră le vedem pe toate conectate pe telefon. *FG Părinți*

Chiar și atunci când sunt fizic împreună, dispozitivul rămâne interfața centrală a interacțiunii. Se conturează astfel o hibridizare relațională, în care mediile offline și online se suprapun și se interpenetrează.

Utilizarea intensă a internetului este integrată într-o logică de grup. Timpul petrecut online este asociat cu participarea la rețele de comunicare active, nu cu izolare individuală. Conectarea frecventă reflectă necesitatea de a rămâne prezent în circuitul schimburilor cotidiene.

Îi place foarte mult să stea pe internet, în special pe jocuri online, pe care le joacă împreună cu colegii sau prietenii.

FG Părinți

Petrece foarte mult timp pe telefon, mai ales jucându-se sau vorbind pe WhatsApp în diferite grupuri. *FG Părinți*

Accentul pe jocuri „împreună” și comunicare „în grupuri” arată că disponibilitatea continuă devine normă relațională. Absența nu înseamnă doar lipsa distracției, ci pierderea accesului la fluxul informal al grupului.

Problema invocată de părinți nu este izolarea socială, ci gestionarea echilibrului dintre integrarea în comunitatea digitală a copiilor și stabilirea unor limite familiale într-un mediu în care socializarea online a devenit structură cotidiană centrală.

Democrația, regulile și interesul pentru actualitate

Interesul copiilor pentru știri sau pentru viața politică este descris ca redus și selectiv. Informația capătă relevanță doar atunci când este conectată direct la experiențe concrete – teme școlare, competiții, hobby-uri. Lipsa preocupării pentru actualitatea generală nu este interpretată ca indiferență civică, ci ca etapă de dezvoltare în care abstracțiunile instituționale rămân îndepărtate de universul imediat al copilului.

Copiii sunt interesați de știri și de ce se întâmplă în lume?
În general, nu. Doar dacă are legătură cu un hobby sau cu
școala. Nu este interes pentru politică sau știri generale.

FG Părinți

Actualitatea este filtrată prin utilitate și proximitate, iar interesul apare punctual, nu ca preocupare constantă pentru dinamica socială largă. Dimensiunea democratică devine vizibilă în situații cotidiene, în special în mediul școlar. Regulile, autoritatea și dreptatea sunt înțelese prin experiențe directe – note, conflicte, alegeri, situații de nedreptate. Aici, principiile abstracte ale democrației se traduc în interacțiuni concrete.

Discuțiile apar mai ales în contexte concrete: note, nedreptăți la
școală, alegerea șefului clasei, bullying. *FG Părinți*

Episoadele de nedreptate funcționează ca momente formative, în care copilul experimentează tensiunea dintre regulă și echitate. Intervenția adultului nu este doar protectivă, ci și pedagogică, prin explicarea drepturilor și a legitimității exprimării poziției proprii.

Copiii învață să gestioneze nedreptățile. Au existat situații con-
crete de nedreptate la școală. Am discutat cu profesorii atunci
când copilul avea dreptate. Am încurajat copilul
să spună adevărul și să aibă încredere în noi. *FG Părinți*

Prin astfel de situații, copilul învață că autoritatea poate fi interpelată și că regulile nu sunt fixe, ci supuse dialogului și evaluării morale. Participarea la alegerea reprezentantului clasei oferă un alt cadru de interiorizare a responsabilității. Funcția asumată – chiar și parțial – implică negociere, asumare și raportare la așteptările colective.

Alegerea șefului clasei a fost un alt subiect discutat.

Copilul nu și-a dorit responsabilitatea. A ajuns însă adjunct
și a înțeles ce înseamnă responsabilitatea. *FG Părinți*

Experiența nu este doar simbolică; ea presupune confruntarea cu consecințele deciziilor și cu rolul propriu în cadrul grupului. Formarea sensului democratic la această vârstă este predominant experiențială și relațională. Copiii dezvoltă competențe civice prin gestionarea

conflictelor, înțelegerea regulilor și asumarea rolurilor în micro-comunități precum familia și școala, mai degrabă decât prin consum sistematic de informație politică.

Rețele sociale: vizibilitate, risc și reglementare

Rețelele sociale sunt delimitate clar de alte forme de utilizare digitală prin gradul de vizibilitate publică pe care îl presupun. Îngrijorarea nu este legată de simpla utilizare a tehnologiei, ci de faptul că postarea transformă copilul într-un actor expus într-un spațiu perceput ca permanent, deschis și dificil de controlat. Amânarea accesului este justificată prin ideea că identitatea digitală nu ar trebui construită înainte ca minorul să poată evalua consecințele expunerii.

Nu sunt de acord cu accesul la rețele sociale la vârsta asta.

Nu cred că trebuie să se facă vizibilă pe astfel de rețele.

Are prietene care au deja Instagram, cu acordul părinților.

FG Părinți

Diferența dintre comunicarea în grupuri restrânse și publicarea pe platforme deschise este esențială în evaluarea riscului. Spațiile închise sunt percepute ca gestionabile, în timp ce platformele publice sunt asociate cu pierderea controlului asupra circulației conținutului.

Solicitarea accesului la TikTok este interpretată prin prisma presiunii de grup și a mecanismelor de viralizare. Dorința de participare nu este individuală, ci derivă din integrarea într-un circuit colectiv de practici și modele de referință.

În zilele trecute, copilul meu mi-a spus că vrea și el TikTok, pentru că un prieten face filmulețe amuzante.

I-am spus că nu. *FG Părinți*

Refuzul este formulat ca măsură preventivă, nu ca reacție la un incident concret. Platforma este asociată cu imitare rapidă, validare publică și expunere dificil de anticipat.

O parte dintre părinți invocă necesitatea unei reglementări legale mai ferme, ceea ce indică percepția unui mediu online imprevizibil,

insuficient controlabil la nivel individual. Apelul la intervenție instituțională reflectă limitele percepute ale autorității familiale într-un spațiu digital globalizat.

Eu sunt de acord cu reglementarea legală. Se întâmplă multe lucruri în online, iar părinții nu știu întotdeauna ce se întâmplă.

FG Părinți

Copiii pot fi puși în pericol fără ca părinții să știe. *FG Părinți*

În opoziție, alți părinți pun accent pe dezvoltarea treptată a discernământului, considerând că interdicțiile radicale pot genera comportamente ascunse sau acces neasumat. Strategia propusă este amânarea și explicarea, nu blocarea definitivă.

Copiii trebuie să înțeleagă ce este bine și ce este rău.

Prea multe interdicții pot avea efect invers. *FG Părinți*

Este important să explicăm și să amânăm accesul, nu să interzicem definitiv.

Referirile la provocări periculoase sau agresiuni online arată că riscul este perceput ca real, dar gestionabil prin conversație și anticipare. Dialogul este utilizat ca instrument de mediere, prin contextualizarea situațiilor și discutarea consecințelor.

Da, au existat discuții despre provocări, agresiuni și situații periculoase. Am discutat cu copilul despre ce s-a întâmplat, ca să știe să se ferească. *FG Părinți*

În paralel, relația de încredere coexistă cu practici de monitorizare discretă. Supravegherea este justificată prin anticiparea riscului asociat expunerii publice și prin incertitudinea legată de ce se întâmplă „în spatele ecranului”.

Am încercat să construim o relație de încredere, să vină să ne spună orice problemă.

Verific din când în când telefonul, inclusiv noaptea, fără să știe.

Are Family Link, dar mai verific și discuțiile.

FG Părinți

Rețelele sociale sunt astfel asociate cu vulnerabilitate și posibilă pierdere de control, iar răspunsurile parentale oscilează între restricționare fermă și educație graduală. Dilema centrală rămâne aceea de a permite

participarea la viața socială digitală fără a expune copilul unor riscuri percepute ca greu de anticipat și gestionat exclusiv în interiorul familiei.

Strategii parentale de reglare a utilizării digitale

Reglarea utilizării digitale apare ca muncă parentală de zi cu zi, în care regula nu este un „set” fix, ci o decizie mereu renegociată. Părinții descriu mai puțin „interdicții” și mai mult gestionarea unui regim de timp într-un mediu care produce continuitate (încă un clip, încă un nivel). Tensiunea se vede mai ales la momentul opririi, când limita intră în conflict cu rutina și cu așteptările copilului.

În timpul săptămânii are voie trei ore de internet. În weekend apar frecvent conflicte, pentru că nu mai vrea să lase calculatorul și spune că nu știe ce altceva să facă.

FG Părinți

Diferențierea săptămână-weekend arată o morală a timpului: zilele de școală sunt tratate ca spațiu al obligației, iar weekendul ca spațiu al „permisiunii”. În această logică, tehnologia devine o formă de recompensă sau de excepție controlată, nu un element neutru al rutinei. E o încercare de a păstra o ierarhie a activităților, în care ecranul are „locul lui”, nu drept de preeminență.

În timpul săptămânii nu are voie deloc la telefon, decât dacă este o urgență și are nevoie să sune. La televizor are voie între jumătate de oră și o oră în timpul săptămânii.

În weekend, regulile sunt mai relaxate.

FG Părinți

Părinții descriu uneori o formă de „pierdere a accesului” la copil atunci când acesta este absorbit de conținut, ceea ce indică o preocupare pentru captarea atenției, nu doar pentru durata utilizării. Formatul scurt este perceput ca intensificator: crește ritmul, scade pauzele și face mai dificilă trecerea la altă activitate. Metafora utilizată („droghează”) funcționează ca marcator social al anxietății parentale față de controlul atenției.

Cel mai rău mi se par YouTube Shorts. Mi se pare că îl «droghează»: îl strig de mai multe ori și nu reacționează.

FG Părinți

În cazul jocurilor, problema este formulată tot ca dificultate de întrerupere, dar cu o nuanță diferită: jocul produce imersiune și continuitate, iar copilul pare „mutat” temporar într-un alt spațiu de prezență. Aici conflictul nu se leagă neapărat de conținutul jocului, ci de faptul că relația cu mediul imediat (familia, solicitările curente) devine secundară. Insistența („trebuie să strigi”) semnalează că oprirea nu este o simplă comandă, ci o negociere de putere și atenție.

Este fascinat de jocuri și, când este acolo, este foarte greu de scos. Trebuie să strigi de mai multe ori ca să te audă.

FG Părinți

Intervenția devine mult mai fermă atunci când părinții observă consecințe asupra performanței școlare și asupra reglării emoționale. În acest tip de discurs, restricția nu este prezentată ca principiu moral („nu e bine să stea”), ci ca măsură corectivă, bazată pe indicii concrete. Limitarea telefonului la funcție utilitară (apel/mesaj) arată o tentativă de a păstra conectarea minimă fără a permite consumul liber.

Am observat că randamentul școlar a scăzut, devenise ner-voasă și agitată. Am avut o discuție și am decis să nu mai aibă deloc telefon în timpul săptămânii. Telefonul îl are doar pentru a ne suna sau a ne trimite mesaje.

FG Părinți

Când controlul direct nu este posibil permanent, părinții recurg la instrumente tehnice ca formă de externalizare a autorității: aplicația devine „regula” care rămâne activă și în absența adultului. În spatele acestei strategii se află o logică de reducere a incertitudinii: dacă nu pot vedea mereu, pot măcar verifica. Tehnologia este folosită aici împotriva tehnologiei, ca mecanism de stabilizare a limitelor.

Verificăm aplicațiile și conținutul urmărit. *FG Părinți*

Monitorizarea prin aplicații nu este doar o practică de supraveghere, ci și un mod de a transforma regula într-o infrastructură. Părinții își

construiesc astfel un cadru de predictibilitate: știu ce se întâmplă și pot interveni înainte ca utilizarea să escaladeze. Formularea „urmărim atent” indică faptul că grija este legată de continuitatea controlului, nu de episoade izolate.

Avem Family Link și urmărim atent ce face. *FG Părinți*

Pe lângă limitare și monitorizare, apare și o pedagogie a consecințelor: excesul este convertit în obligație compensatorie (citit) sau în sancțiune (luarea dispozitivelor). Această strategie nu urmărește doar reducerea timpului, ci și formarea unei relații morale cu regula—ideea că există costuri și că promisiunea contează. Este, practic, o încercare de a transforma controlul extern în autocontrol.

Nu se ține mereu de cuvânt. Sunt zile când stă și câte trei ore. Atunci îi spunem că timpul se recuperează a doua zi prin citit. Au fost și momente când a fost pedepsită și i-am luat telefonul și tableta. Știe când greșește și încearcă să respecte regulile.

FG Părinți

În zona comunicării, părinții fac o selecție a spațiilor digitale „acceptabile”, pe criteriul controlabilității și al utilității sociale (școală, familie, cerc restrâns). Acceptarea WhatsApp-ului nu este o deschidere generală către online, ci o formă de permisivitate condiționată, în care canalul rămâne legitim doar dacă poate fi supravegheat. Controlul nu vizează doar timpul, ci și tipul de spațiu social în care copilul circulă.

Singurul lucru pe care îl are este WhatsApp, cu grupul de la școală, grupul cu prietenele și grupul familiei. Discuțiile sunt controlate. *FG Părinți*

Strategiile parentale de reglare a utilizării digitale indică un echilibru fragil între control, negociere și cultivarea unei autonomii responsabile. Intervențiile nu sunt fixe, ci adaptate în funcție de performanța școlară, de semnalele emoționale și de intensitatea conflictelor. Tehnologia este percepută simultan ca factor de captare a atenției și ca instrument prin care pot fi restabilite limitele, iar răspunsul adultului combină sancțiunea, monitorizarea și dialogul. Relatările conturează mai degrabă un proces continuu de ajustare decât o opoziție radicală față de mediul digital, cu accent pe menținerea unui echilibru funcțional în familie.

Viața digitală este integrată în rutina zilnică a copiilor și funcționează ca infrastructură de socializare, divertisment și sprijin educațional. Dispozitivele nu mai sunt percepute ca elemente externe copilăriei, ci ca parte a interacțiunii cotidiene. Utilizarea intensă generează însă preocupări legate de echilibru, concentrare și raportul dintre activitățile online și cele offline. Socializarea nu se diminuează, ci își schimbă forma: jocurile online, grupurile de mesagerie și platformele video devin spații principale de interacțiune cu egalii.

Gestionarea acestui echilibru presupune mediere constantă. Regulile sunt stabilite prin program, limite temporale și diferențiere între zilele de școală și weekend. Monitorizarea prin aplicații, impunerea consecințelor și negocierea directă indică un model care combină control tehnic și dialog. În paralel, sunt încurajate alternative offline – sport, ieșiri în familie, hobby-uri – pentru a reduce centralitatea ecranului și a diversifica implicarea copilului.

Rețelele sociale sunt considerate segmentul cel mai sensibil al mediului digital. **Îngrijorarea vizează vizibilitatea publică, siguranța și lipsa controlului asupra circulației conținutului.** Strategia dominantă constă în amânarea accesului la platforme precum Instagram sau TikTok la vârste mici și limitarea la forme de comunicare restrânse. Se conturează două direcții: susținerea unor reglementări mai clare și accentul pe educație graduală, orientată spre dezvoltarea discernământului.

Raportarea la informație are un caracter pragmatic. Interesul pentru știri sau teme politice apare sporadic și este legat de relevanță imediată – teme școlare sau interese personale. **Sunt valorizate utilizările educaționale ale internetului, precum documentarea suplimentară și folosirea instrumentelor digitale pentru proiecte.** Îngrijorările privesc conținutul cu stimulare rapidă și expunerea publică. Răspunsul combină conversația preventivă cu supravegherea periodică, reflectând o strategie duală: încredere și control.

Formarea atitudinilor civice este observată în situații concrete din viața școlară – conflicte, nedreptăți, alegerea reprezentanților clasei

sau asumarea responsabilităților. Interesul pentru politica formală este redus, însă valorile asociate democrației – corectitudine, adevăr, responsabilitate – sunt construite prin experiențe directe și dialog cu adulții. Interiorizarea regulilor are loc în micro-comunități precum familia și școala, mai degrabă decât prin consum sistematic de informație politică.

Rezultatele indică o etapă de adaptare la o copilărie profund digitalizată. Mediul online este recunoscut ca element central al vieții sociale și educaționale, dar este însoțit de strategii constante de limitare, negociere și supraveghere. Rolul adultului rămâne decisiv în stabilirea regulilor, într-un cadru în care presiunea de apartenență online și dinamica platformelor reduc eficiența interdicțiilor totale și impun soluții flexibile.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Concluzii și recomandări

Generația Alpha între digital cotidian și formare civică

Generația Alpha se conturează, pe baza analizei integrate, ca o generație pentru care mediul digital nu este un spațiu separat de „viața reală”, ci o **infrastructură cotidiană ce susține comunicarea, divertismentul, școala și prietenii**. Internetul este trăit ca mediu implicit al existenței sociale, integrat firesc în rutină, nu ca domeniu distinct ce necesită delimitare constantă.

Socializarea este profund hibridă, într-un continuum online–offline. **Relațiile digitale nu înlocuiesc proximitatea fizică, ci o prelungesc**. Jocurile online și grupurile de mesagerie mențin coeziunea, iar prezența digitală devine condiție implicită a apartenenței. Emoji-urile și meme-urile funcționează ca limbaj emoțional standardizat, permițând exprimare rapidă fără expunere identitară intensă.

În plan informațional, relația cu știrile este contextuală și incidentală. Interesul este activat de relevanța personală, iar evaluarea credibilității se face prin comparație și apel la adulți, însă aceste practici rămân intuitive. **Conștientizarea dezinformării și a conținutului generat prin inteligență artificială coexistă cu vulnerabilități situaționale**, amplificate de ritmul accelerat al fluxului digital și de dinamica algoritmică. Analizele multivariate indică variații influențate mai ales de gen și, punctual, de vârstă, dar cu efecte reduse, sugerând tendințe mai degrabă decât clivaje structurale.

Relația cu influencerii este pragmatică. Urmărirea este motivată de divertisment sau interes tematic, nu de identificare profundă. Atașamentul este flexibil, iar renunțarea apare când conținutul nu mai este relevant, indicând o cultură media orientată spre funcționalitate, nu idolatrizare.

Timpul liber este perceput ca spațiu de autonomie și autoreglare. Activitățile sunt alese în funcție de dispoziție, iar digitalul este integrat alături de opțiuni offline într-un repertoriu flexibil. Weekendul extinde

timpul online, iar odată cu vârsta, mediul digital devine un hub ce concentrează comunicare, joc și sarcini școlare.

Creșterea intensității utilizării aduce și vulnerabilități relaționale, precum FOMO și anxietatea de conectare. Necesitatea de a rămâne la curent cu dinamica grupului susține presiunea conectivității permanente.

Identitatea europeană este exprimată pozitiv și pragmatic, asociată cu mobilitate, oportunități și reguli comune. Este activată prin experiențe concrete, nu prin adeziune ideologică abstractă.

Cultura civică se formează experiențial, prin situații din școală și comunitate. Participarea este apreciată, dar evaluată critic când pare formală, indicând o înțelegere timpurie a diferenței dintre procedură și influență reală.

Generația Alpha apare astfel ca o generație digital integrată, cu alfabetizare media emergentă, identitate pragmatică și cultură civică ancorată în experiențe cotidiene. Informarea, relațiile și valorile sunt trăite interconectat, într-o negociere continuă între autonomie, apartenență și reglare externă.

Model interpretativ: cultura digitală pragmatică și relațională

Analiza integrată a datelor cantitative și calitative conturează un model explicativ al experienței Generației Alpha, descris drept integrare digitală negociată. Pentru copiii între 8 și 15 ani, mediul digital nu este un spațiu paralel, ci infrastructura prin care viața cotidiană se desfășoară: comunicarea, jocul, coordonarea școlară, informarea și exprimarea emoțională converg într-un ecosistem integrat. Utilizări dominante precum comunicarea (63%), jocurile online (63%), activitățile școlare (51%) și învățarea extrașcolară (41%) arată că internetul funcționează ca hub operațional, nu ca domeniu marginal de divertisment.

În plan relațional, apartenența presupune prezență activă în spațiul digital. Socializarea hibridă prelungește relațiile offline, iar emoji-urile și meme-urile devin coduri culturale de coeziune, facilitând exprimarea emoțiilor într-un registru rapid și standardizat. Centralitatea conectivității generează însă o tensiune între apartenență și autonomie. Fenomene

precum FOMO și anxietatea de conectare cresc odată cu intensificarea utilizării, mai ales în weekend. Vulnerabilitatea este în principal relațională, derivată din ritmul comunicării și dinamica grupului, nu din simplul consum informațional.

În plan identitar și civic, orientarea este pragmatică și experiențială. Identitatea europeană este evaluată prin beneficii concrete – mobilitate, oportunități, reguli comune. Cultura democratică se formează prin experiențe directe, precum alegerea reprezentanților clasei sau gestionarea conflictelor, și este valorizată când produce efecte vizibile. Participarea formală, fără impact real, generează scepticism. Copiii disting între procedură și influență efectivă, indicând o înțelegere timpurie a mecanismelor democratice.

Majoritatea copiilor declară niveluri ridicate de bunăstare subiectivă, asociind succesul cu echilibrul între muncă, relații și satisfacție personală. Digitalul este perceput ca parte a acestui echilibru, nu ca amenințare structurală. Vulnerabilitatea apare în contexte de intensificare – utilizare prelungită sau presiune relațională – și nu ca stare generalizată. Modelul statistic arată că timpul petrecut online nu prezice direct scăderea satisfacției vieții; efectele negative apar indirect, prin anxietate digitală, și au magnitudine redusă.

Generația Alpha se definește prin integrare funcțională a tehnologiei, prioritate acordată relațiilor, identitate pragmatică și cultură civică experiențială. Nu se conturează o generație dezangajată, ci una aflată într-o negociere continuă între conectare, autonomie și reglare externă.

Tensiuni structurale și vulnerabilități emergente

Deși datele indică o integrare funcțională a digitalului în viața cotidiană, apar câteva zone sensibile care pot deveni surse de dezechilibru în lipsa unor mecanisme adecvate de reglare și sprijin. Aceste vulnerabilități au magnitudine moderată și nu indică o deteriorare generalizată a bunăstării. Analiza cantitativă arată efecte semnificative statistic, dar reduse ca amploare, iar nivelul satisfacției cu viața rămâne ridicat.

Intensificarea utilizării în weekend reprezintă un prim punct critic. În absența constrângerilor școlare, timpul online se extinde frecvent la 5–7+ ore zilnic, mai ales la adolescenți. Această expansiune nu elimină automat activitățile offline, dar poate comprima mișcarea, interacțiunile directe și recuperarea fizică. **Weekendul devine un spațiu de acumulare digitală ce solicită o negociere conștientă a echilibrului online–offline.** În același context cresc indicatorii de îngrijorare legată de mesagerie și activitatea prietenilor, sugerând că volumul utilizării amplifică presiunea relațională, fără a afecta sistematic bunăstarea globală.

FOMO și anxietatea relațională constituie o a doua zonă de vulnerabilitate. Nivelul îngrijorării crește odată cu intensitatea utilizării, iar presiunea derivă din dinamica apartenenței, nu din consumul informațional. **Nevoia de a rămâne conectat transformă conectivitatea permanentă într-o condiție de integrare.** Efectele asupra bunăstării sunt însă modeste și mai vizibile la vârste mai mari. Nu apare un profil de vulnerabilitate extinsă, ci o sensibilitate contextuală activată în situații de conectare intensă.

O a treia zonă sensibilă vizează raportarea la informare. Interesul pentru actualitate este activat când informația are relevanță directă sau impact emoțional. **Temele politice rămân adesea abstracte, iar între valorile civice declarate și practicile efective de informare există o asimetrie.** În fața conținutului perceput ca violent sau copleșitor, reacția dominantă este evitarea, nu aprofundarea critică. Consumul incidental, filtrarea emoțională și verificarea contextuală pot genera o vulnerabilitate la dezinformare, amplificată de logica algoritmică.

Participarea formală fără impact real constituie o altă tensiune civică. Copiii valorizează regulile democratice, dar devin sceptici când experiențele sunt percepute ca simbolice. **Implicarea este susținută doar atunci când produce rezultate vizibile;** altfel, poate apărea retragerea participativă.

Distanța generațională în gestionarea experiențelor digitale reprezintă o vulnerabilitate suplimentară. În situații de incertitudine, copiii apelează prioritar la egali, iar părinții au acces limitat la dimensiunea emoțională și informațională. Se conturează un echilibru fragil între autonomie, supraveghere și dialog, în care controlul tehnic nu poate substitui comunicarea reflexivă.

Aceste tensiuni indică zone de echilibru instabil, unde intensificarea utilizării și presiunea relațională pot amplifica vulnerabilități existente, fără a configura o criză generalizată.

Implicații pentru jurnalism și educație

Pe baza modelului explicativ și a rezultatelor integrate, intervențiile destinate copiilor și adolescenților ar trebui să privilegieze consolidarea echilibrului și a competenței critice, nu restricționarea generică a digitalului.

Pentru jurnalism și comunicare publică, este necesară dezvoltarea unor formate vizuale, concise și contextualizate, care leagă informația de experiențe cotidiene relevante. Explicarea instituțiilor și a proceselor democratice prin situații concrete – decizii din școală, reguli comunitare, exemple din viața de zi cu zi – are un impact mai mare decât abordările abstracte. Conținutul ar trebui să combine utilitatea informativă cu dimensiunea relațională și emoțională, reflectând preferința pentru un echilibru între educativ și atractiv.

Se recomandă:

- integrarea elementelor narative și vizuale (infografice, video scurt, animații);
- explicarea știrilor într-un limbaj accesibil, conectat la efecte concrete asupra vieții copiilor;
- includerea dimensiunii emoționale (impactul deciziilor și schimbărilor);
- utilizarea formatelor familiare (meme, emoji, micro-narațiuni) ca instrumente de mediere;
- colaborarea cu creatori credibili pentru a conecta informația publică la cultura digitală juvenilă.

În educație, accentul ar trebui să cadă pe practică participativă și experiență directă. Proiectele cu impact real, simulările decizionale și implicarea efectivă în procese de reprezentare consolidează încrederea în mecanismele democratice. Participarea trebuie să producă rezultate vizibile pentru a evita percepția de formalism.

Dezvoltarea unei alfabetizări media avansate este esențială și ar trebui să includă:

- exerciții sistematice de verificare a informației;
- discuții aplicate despre algoritmi și flux informațional;
- înțelegerea conținutului generat prin inteligență artificială;
- competențe de autoreglare a timpului online, în special în weekend.

Pentru părinți, implicația majoră este trecerea de la control tehnic la mediere reflexivă și dialog. **Vulnerabilitățile identificate sunt predominant relaționale și emoționale**, iar copiii apelează frecvent la egali înaintea adulților. Se recomandă:

- reguli negociate privind utilizarea digitală;
- conversații regulate despre experiențele online;
- discutarea FOMO, a presiunii de grup și a dinamicii influencerilor;
- sprijin în diferențierea între conținut credibil și dezinformare;
- modelarea unui comportament digital echilibrat.

Intervențiile ar trebui să vizeze nu simpla reducere a timpului online, ci **dezvoltarea unei utilizări responsabile și critice, atât cantitativ (gestionarea timpului), cât și calitativ (selecția și interpretarea conținutului, raportarea la relații și emoții)**, prin acțiuni complementare ale jurnalismului, școlii și familiei.

BIBLIOGRAFIE

YJ4SD | Studiu exploratoriu privind
Generația Alpha în România

Bibliografie

- Centrul pentru Jurnalism Independent. (2025). Relația elevilor cu informația. Obiceiuri de consum media, încredere și competențe critice. București: CIJ. <https://cji.ro/studiu-relatia-cu-informatia-si-obiceiurile-de-consum-media-ale-copiiilor-si-tinerilor-din-romania/>
- DigiGen Consortium. (2023). Children and young people in a digital world: Digital agency, competences and participation. European Commission. <https://digigen.eu/results/>
- EU Kids Online. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. London School of Economics and Political Science. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/eu-kids-online>
- European Parliament. (2025). Media use, news consumption and political information in the EU. Brussels: European Parliament Research Service. <https://www.europarl.europa.eu/thinktank>
- Internet of Children 2025 Consortium. (2025). European report on children's digital practices and risks. <https://www.internetofchildren.eu/>
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Kelly, A. (2020). The inequalities of children's online opportunities. London School of Economics and Political Science. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/inequalities-of-online-opportunities>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2025). Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/>
- Next Gen News. (2025). How young audiences engage with news and information. Reuters Institute. <https://www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/next-gen-news>
- OECD. (2021). Children & young people's mental health in the digital age. Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/education/children-young-people-mental-health-digital-age/>
- Robb, M. B., & Mann, S. (2025). Influencers, parasocial relationships and youth identity. Common Sense Media Research. <https://www.common sense media.org/research>
- Salvați Copiii România. (2022). Copiii și internetul: Riscuri, oportunități și rolul părinților. București: Salvați Copiii. <https://www.salvaticopiii.ro/>
- UNICEF. (2021). Children in a digital world. New York: UNICEF. <https://www.unicef.org/globalinsight/reports/children-digital-world>
- Università Vita-Salute San Raffaele. (2024). Disinformation at school: Media help and critical thinking among students. Milan. <https://www.unisr.it/>