

GHID

PENTRU REALIZAREA PROIECTELOR DE SERVICE-LEARNING



**PENTRU STUDENȚII
CARE NU VOR DOAR
SĂ ÎNVEȚE, CI SĂ CONTEZE**

Coordonatoare:

**Anișoara Pavelea
Iulia Lorina Culic**

GHID PENTRU REALIZAREA PROIECTELOR DE SERVICE-LEARNING

**Coordonatoare:
ANIȘOARA PAVELEA
IULIA-LORINA CULIC**

Referenți științifici:

Conf. univ. dr. Ioana Iancu

Lect. univ. dr. Claudia Chiorean

Editori:

Alexandra Elena Murariu

Miruna-Maria Tănase

Andrada Maria Alexiuc

Anamaria Moldovan

Alexia-Nicole Tescaru

ISBN 978-606-37-2768-9

© 2025 Autoarele volumului. Toate drepturile rezervate.
Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace,
fără acordul autoarelor, este interzisă și se pedepsește conform
legii.

Universitatea Babeș-Bolyai

Presă Universitară Clujeană

Director: Codruța Săcelean

Str. B.P. Hasdeu nr. 51

400371 Cluj-Napoca, România

Tel.: (+40)-744-687.884

E-mail: editura@ubbcluj.ro

<http://www.editura.ubbcluj.ro/>

<https://biblioteca.ubbcluj.ro/>

GHID
PENTRU REALIZAREA
PROIECTELOR
DE SERVICE-LEARNING

**PENTRU STUDENȚII
CARE NU VOR DOAR SĂ
ÎNVEȚE, CI SĂ CONTEZE**

**Coordonatoare:
ANIȘOARA PAVELEA
IULIA-LORINA CULIC**

**Presă Universitară Clujeană
2025**

CUPRINS

Cuvânt-Înainte - p.6

Structură și etape - p.11

Read It Out - p. 15

AUTORI: FLOREA LUMINIȚA | FRĂȚILĂ CRISTIANA OCTAVIA | GABURA CRISTINA | GHERMAN DANIELA ANDREA | GÎVAN PATRICIA-ALEXANDRA

De la Student la Elev - p. 23

AUTORI: MERSICI GIULIA-MARIA | MIHAI ȘTEFAN SORIN | MITERICI LORENA-ANA-MARIA | MIZGAN MIHAELA-IOANA | MOCAN EMILIA

Stud Mood - p. 31

AUTORI: DENIS- DANIEL PAVEL | ȘTEFAN PAVĂL | MARIA- ELENA PINTILIA | CRISTINA PETCO | OCTAVIAN PETAC

Podul Cu Cărți - p. 37

AUTOR: PÎSĂLTU HRISTINA

Patru lăbuțe și un suflet - p. 43

AUTORI: ABĂLĂNESEI IULIA | AGAVRILOAEI SABINA | AGRIJAN ARLESIANA | ANDERCĂU ANASTASIA | ARDELEAN ANTONIA

Women For Women - p. 49

AUTORI: CĂLIN CRISTINA | CĂLIN OANA-COSMINA | CÂMPAN ANDREEA-ANNAMARIA | CĂTUNA-GALEȘ MARIA | CĂUNEAC BEATRICE-GEORGIANA

Sheds Up - p. 56

AUTORI: DÎRVARIU ANDRA | DRĂGAN CLAUDIA | ENEA THEODORA

Mănâncă Românește - p. 64

AUTORI: CRISTEA LOUISE NICOLE | CZUTKA ALINA-MIHAELA | DAMȘA ALINA-SIMINA | DARIE DIANA-GABRIELA | DASCĂL ALEXIA

Our Safe Place - p. 71

AUTORI: PAȚA COSMINA-PETRONELA | PAVELESCU MANUEL | PÎLȘU DENISA-ANDREEA | PÎSLARIU DENISA

Suflete În Formație - p. 77

AUTORI: SABIE DENISA-SÎNZIANA | ȘANDOR TEODORA | SÎNMIHĂIAN RALUCA-OANA | ȘOIMUȘAN SIMONA-ANAMARIA

Comunitatea Profesorilor Moderni - p. 83

AUTORI: DARIU ALEXANDRINA | PÎNTEA CRINA | RACU FELICIA | ZUBATÎI PAULA

Blooming Mind - p. 89

AUTORI: ALBU GIANINA ALEXANDRA | ALDEA ANDREI | ANCA NICOLETA-IOANA | ANGHEL ALEXANDRA | BARNA DAIANA

Use Your Brain Not Your Power - p. 95

AUTORI: COJOCARU CRISTINA-CARMEN | COVACI ANDREEA | COZMA RALUCA | COSMA COSMINA | CHESĂUAN ANDREEA

Impact Facts - p. 101

AUTORI: FODOR VLADIMIR | FRANK IULIA | GHERGHE ALEXANDRA - ANDREEA | GHITA SERGIU VLADIMIR | GHIZA MIHNEA

CUPRINS

The Passion Drugstore - p. 106

**AUTORI: POPA GABRIEL | POPA LĂCRĂMIOARA | POPESCU MARA |
PRIDEA CASIANA | RAICU MIRUNA**

Ready For College? - p. 111

**AUTORI: VARARU ANDREEA | VESA DELIA | VICOL LIDIA VIZITIU ARINA
| VU THI HUONG**

Satul Vlahă - p. 118

**AUTORI: SEREȚAN GEORGETA-MARIA | SIMION ROXANA-LARISA | SIMON
PAUL LAURENȚIU | STĂNILOIU MARIA-MAGDALENA | ȘOIMU VLADA**

CUVÂNT-ÎNAINTE

Manualul acesta se naște dintr-o nevoie tot mai vizibilă în învățământul universitar, aceea ca studenții să aibă la dispoziție resurse aplicative, vii, care să îi conecteze la realitățile din jurul lor. Sala de curs nu mai este de mult doar un spațiu unde se transmit informații, ci devine un laborator al experiențelor, unde cunoașterea se formează prin întâlnirea dintre teorie și practică. Într-o lume în care tinerii sunt adesea prinși între presiunea performanței, dar caută în același timp sens și relevanță în ceea ce fac, proiectele de tip service-learning oferă o punte de legătură între învățare și implicarea comunitară. Speranța noastră, atunci când am decis să utilizăm service-learning-ul cu studenții, a fost ca prin această inițiativă să devenim campioni activi ai acestei filosofii în mediul universitar românesc și să încurajăm viitorii absolvenți să ducă cu ei mai departe în companii, în instituții educaționale, în ONG-uri și comunități diverse acest mindset de cetățean angajat în schimbarea pozitivă continuă, care apără interesele democratice și se implică în imaginarea și materializarea ideilor care transformă comunități.

Modelele de proiecte incluse în acest manual sunt importante tocmai pentru că răspund acestei nevoi. Ele oferă studenților nu doar exemple de bună practică, ci și repere concrete despre cum pot transforma conceptele discutate în cursuri în acțiuni cu impact real. Literatura de specialitate confirmă faptul că service-learning dezvoltă competențe transversale precum gândirea critică, abilitățile de comunicare, colaborarea și empatia, toate esențiale pentru profesioniștii de mâine (Eyler & Giles, 1999). Mai mult, studenții implicați în astfel de proiecte raportează un nivel mai ridicat de motivație și de satisfacție personală, pentru că procesul de învățare devine legat direct de identitatea lor și de rolul pe care îl au în societate (Astin, Vogelgesang, Ikeda, & Yee, 2000). Aceste beneficii au fost documentate și în cercetarea noastră asupra integrării service-learning în curriculumul universitar românesc, unde am arătat că studenții dezvoltă abilități interpersonale, de leadership și de responsabilitate civică atunci când sunt implicați în proiecte aplicative cu impact comunitar (Pavelea, Culic & Chiorean, 2023; Culic & Pavelea, 2022a; Culic & Pavelea, 2022b). Rezultatele confirmă că metoda nu doar completează procesul didactic, ci îl transformă într-o experiență relevantă și formativă, atât pentru studenți, cât și pentru comunitățile partenere.

Beneficiile manualului și ale învățării experiențiale pentru elevi și studenți sunt multiple și deosebit de relevante în contextul educației contemporane. Acest manual nu este doar un ghid teoretic, ci o resursă aplicativă, construită pentru a facilita învățarea prin experiență directă și prin implicarea activă a studenților în proiecte de service-learning. Într-o epocă în care accesul la informație este facil, ceea ce face diferența în procesul educațional este modul în care tinerii sunt încurajați să aplice cunoștințele, să reflecteze critic și să înțeleagă legătura dintre ceea ce studiază și lumea din jurul lor. gnostic prin includerea unor instrumente accesibile pentru studenți – chestionare, interviuri, observații simple – care să le permită să înțeleagă mai bine nevoile comunității și să le conecteze cu obiectivele curriculare. Etapa de proiectare și planificare a fost completată cu modele de fișe și grile de lucru, menite să facă procesul mai clar și mai aplicabil în cadrul cursurilor.

Un prim beneficiu al manualului constă în dezvoltarea competențelor academice și profesionale. Prin exemplele de proiecte incluse, manualul arată cum conținuturile curriculare pot fi transpuse în acțiuni concrete, oferindu-le studenților ocazia de a-și exercita gândirea critică, capacitatea de a rezolva probleme și abilitățile de comunicare (Eyler & Giles, 1999). În plus, cercetările arată că învățarea experiențială contribuie la creșterea retenției și a performanțelor academice, studenții simțindu-se mai motivați și mai implicați atunci când văd relevanța practică a cursurilor lor (Kolb, 2015).

Al doilea beneficiu major este legat de dezvoltarea competențelor civice și a responsabilității sociale. Service-learning-ul nu este doar o metodă pedagogică, ci și o modalitate prin care elevii și studenții învață ce înseamnă să fii cetățean global activ (Bringle & Hatcher, 2023), să identifice nevoi reale ale comunității și să contribuie la rezolvarea lor. Studiile arată că experiențele de service-learning stimulează empatia (Gordon et al., 2022), spiritul de colaborare și sentimentul de apartenență la comunitate, având efecte pozitive asupra atitudinilor civice pe termen lung (Astin, Vogelgesang, Ikeda, & Yee, 2000).

În al treilea rând, manualul aduce beneficii prin crearea unui cadru clar și etapizat de lucru, inspirat din modelul CLAYSS (Regina & Ferrara, 2017), care îi ajută pe profesori să integreze service-learning în curriculum într-un mod structurat, iar pe studenți să înțeleagă procesul de învățare ca o experiență continuă, nu ca o succesiune de sarcini izolate. Această etapizare oferă siguranță și claritate, reducând anxietatea și sporind sentimentul de progres și realizare.

Nu în ultimul rând, beneficiile învățării experiențiale se regăsesc și în dezvoltarea personală a studenților. Experiențele trăite în cadrul proiectelor le dau ocazia să descopere noi abilități, să își crească încrederea în sine și să își construiască o identitate profesională și civică mai puternică. Studiile confirmă faptul că învățarea prin experiență ajută studenții să își clarifice valorile, să devină mai reflexivi și să dezvolte o puternică motivație intrinsecă (Kolb, Boyatzis, & Mainemelis, 2001).

În realizarea acestui manual am pornit de la modelul propus de CLAYSS – Centro Latinoamericano de Aprendizaje y Servicio Solidario, recunoscut la nivel internațional pentru contribuția sa în dezvoltarea și diseminarea practicilor de service-learning. Structura pe etape – motivație, diagnostic, proiectare și planificare, implementare și închidere – a fost preluată ca schelet metodologic, dar a fost adaptată pentru a răspunde nevoilor studenților și cadrelor didactice din contextul universitar românesc.

Astfel, am accentuat importanța motivației inițiale, oferind exemple de proiecte care pornesc din interesele și preocupările reale ale studenților, pentru a stimula implicarea lor autentică. Am dezvoltat partea de diagnostic prin includerea unor instrumente accesibile pentru studenți – chestionare, interviuri, observații simple – care să le permită să înțeleagă mai bine nevoile comunității și să le conecteze cu obiectivele curriculare. Etapa de proiectare și planificare a fost completată cu modele de fișe și grile de lucru, menite să facă procesul mai clar și mai aplicabil în cadrul cursurilor.

În ceea ce privește implementarea, am inclus exemple de bune practici și sugestii concrete privind colaborarea cu ONG-uri, instituții sau grupuri comunitare, pentru ca studenții să vadă că proiectele lor pot avea un impact real. În etapa de închidere, am insistat pe reflecție, evaluare și celebrarea rezultatelor – un element adesea neglijat, dar esențial pentru ca experiența să fie memorabilă și să genereze învățare pe termen lung.

Manualul oferă studenților, în primul rând, un cadru clar și etapizat, care îi ajută să înțeleagă că învățarea nu este un proces abstract, ci unul care se construiește pas cu pas, în strânsă legătură cu realitatea. În al doilea rând, pune accent pe reflecție și pe legătura dintre teorie și practică, ceea ce îi motivează să se implice activ și să își dezvolte competențe transversale – spirit critic, empatie, lucru în echipă, capacitate de rezolvare a problemelor. În al treilea rând, manualul oferă cadrelor didactice o structură pedagogică validată internațional, dar tradusă și contextualizată pentru universitățile noastre, ușurând procesul de integrare a service-learning-ului în curriculum.

Service-learning nu este doar o metodă străină, importată mecanic, ci o practică flexibilă, care poate fi modelată după specificul local și care aduce beneficii reale atât studenților, cât și comunităților partenere. Acest manual își propune să fie un ghid accesibil și inspirațional, prin care experiențele internaționale de succes se împletesc cu exemple aplicabile în sala de clasă, pregătind astfel terenul pentru o generație de studenți mai implicați, mai empatici și mai responsabili civic.

Pentru o generație obișnuită cu accesul rapid la informație și cu schimbările continue ale lumii digitale, motivația de a citi un manual sau de a se adânci în concepte teoretice crește atunci când aceste resurse sunt însoțite de exemple clare și de posibilitatea de a le pune imediat în practică. Acesta este și motivul pentru care modelele prezentate aici sunt atât de valoroase: ele dau sens cunoștințelor acumulate, arată că ideile nu rămân doar pe hârtie, ci pot fi aplicate pentru a schimba viața unor oameni, pentru a sprijini comunități sau pentru a deschide noi perspective asupra propriei cariere. În special pentru studenții actuali, care s-au implicat în proiecte de voluntariat, service-learning-ul le permite să ducă această experiență la next level, să se gândească la idei de proiecte sustenabile, care pot schimba lumea în bine, să reflecteze asupra rolului lor în comunitate și în societate, să își imagineze un viitor mai bun și să identifice modalități de a-și materializa ideile.

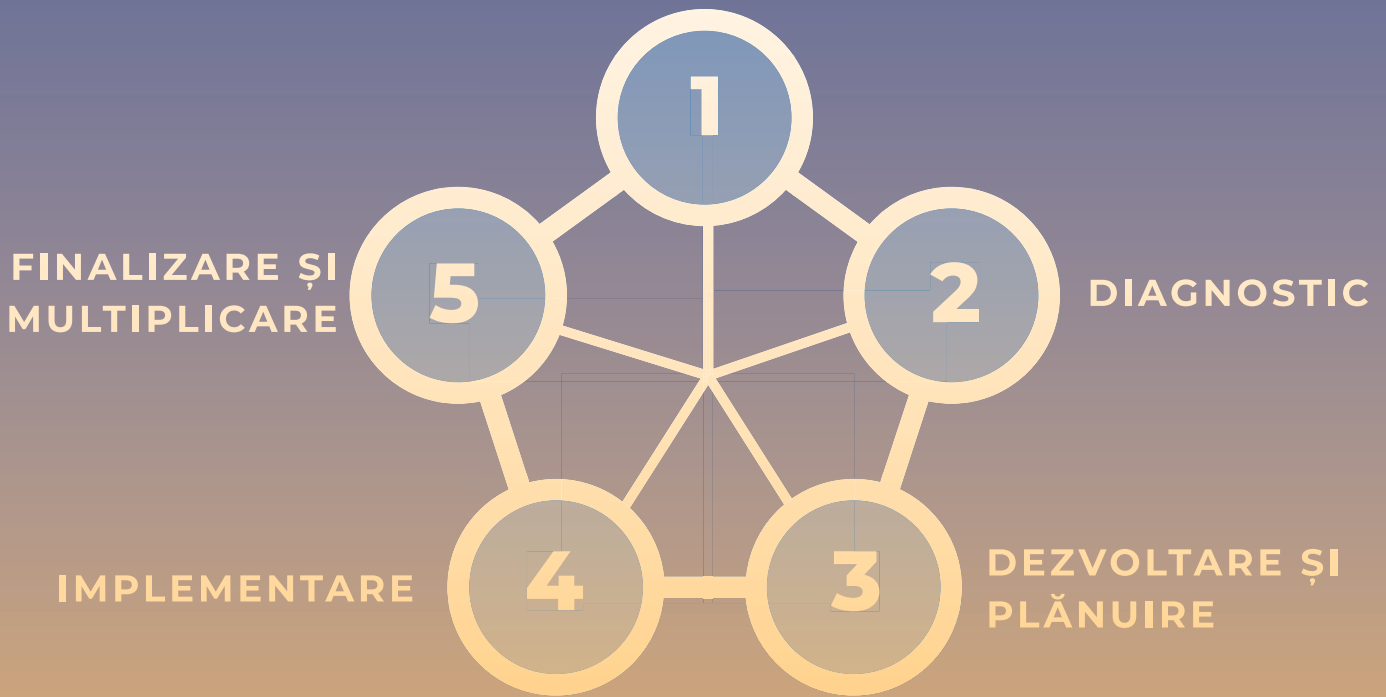
Service-learning nu este doar o metodă pedagogică, ci un mod de a învăța să trăiești într-o societate complexă, să înțelegi că educația nu se încheie la ușa amfiteatrului, ci continuă în fiecare interacțiune cu ceilalți. Modelele de proiecte din acest manual au tocmai acest rol: de a le arăta studenților că munca lor contează, că ceea ce fac în cadrul universității are ecou în comunitate și că formarea lor profesională se împletește cu formarea lor ca cetățeni responsabili.

Autoarele,

Referințe

- Astin, A. W., Vogelgesang, L. J., Ikeda, E. K., & Yee, J. A. (2000). How service learning affects students. Higher Education Research Institute, University of California, Los Angeles.
- Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (2023). International service learning. In *International service learning* (pp. 3-28). Routledge.
- Culic, L., & Pavelea, A. (2022a). What's in it for me? Integrating service-learning into higher education curricula. In *A Focus on Pedagogy: Teaching, Learning and Research in the Modern Academy* (pp. 227-239). AMPS Proceedings Series 28.2. Intellect. https://doi.org/10.1386/amps_28_2_227_1
- Culic, L., & Pavelea, A. (2022b). Enhancing Students' Interpersonal and Leadership Skills through an Experience-based Service-learning Project: A Case of Active Learning. In *Active Learning in Higher Education*, edited by Kayoko Enomoto, Richard Warner & Claus Nygaard, 153-179. Oxfordshire, U.K.: Libri Publishing Ltd., 2022.
- Eyler, J., & Giles, D. E. (1999). *Where's the learning in service-learning?* San Francisco: Jossey-Bass.
- Gordon, C. S., Pink, M. A., Rosing, H., & Mizzi, S. (2022). A systematic meta-analysis and meta-synthesis of the impact of service-learning programs on university students' empathy. *Educational Research Review*, 37, 100490.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kolb, D. A., Boyatzis, R. E., & Mainemelis, C. (2001). Experiential learning theory: Previous research and new directions. In R. Sternberg & L. Zhang (Eds.), *Perspectives on thinking, learning, and cognitive styles* (pp. 227-248). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Regina, C., & Ferrara, C. (coord.). (2017). *Service-Learning in Central and Eastern Europe: Handbook for engaged teachers and students* (1a ed.). CLAYSS. https://www.clayss.org.ar/04_publicaciones/SL-EE_nov17.pdf
- Pavelea, A., Culic, L., & Chiorean, C. (2023). Who is Winning in Service-Learning? Teachers Serving Communities for Positive Youth Development. In I. Albuлесcu, & C. Stan (Eds.), *Education, Reflection, Development - ERD 2022*, vol 6. *European Proceedings of Educational Sciences* (pp. 452-463). European Publisher. <https://doi.org/10.15405/epes.23056.41>

MOTIVAȚIE



1

STRUCTURĂ ȘI ETAPE

MOTIVAȚIA

(DE CE FACEM ACEST PROIECT?)

1

1.1 Scopul și obiectivele generale

- Formulați clar CE urmăriți să obțineți.
- Ce scop are proiectul în comunitate și în rândul studenților?

1.2 Motivația echipei

- Motivația personală și instituțională
- Motivația partenerilor (ONG-uri, instituții, persoane publice)

1.3 Motivația comunității

- De ce ar dori comunitatea să participe?
- Care sunt așteptările și cum le gestionați?

DIAGNOSTICUL

(CE PROBLEMĂ ADRESĂM ȘI CUM AM IDENTIFICAT-O?)

2

2.1 Descrierea problemei sociale

- Context social, cultural, economic, istoric
- Impactul și severitatea problemei

2.2 Identificarea nevoilor comunității

- Metodologie: analize de teren, interviuri, anchete, hărți ale nevoilor
- Consultarea comunității și a actorilor relevanți

2.3 Obstacole și resurse disponibile

- Dificultăți anticipate
- Resurse umane, materiale și informaționale
- Parteneri identificați

DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA PROIECTULUI

*(CE vrem să facem și
CUM vom face?)*

3

3.1 Obiective SMART

- De învățare
- De comportament
- Administrative
- De comunicare

3.2 Beneficiari

- Beneficiari direcți: număr estimat, profil socio-demografic, localizare, stil de viață
- Beneficiari indirecti: estimare și identificare

3.3 Activități

- Descriere detaliată a activităților
- Legătura dintre activități și obiective
- Durata fiecărei activități
- Locația desfășurării

3.4 Resurse

- Resurse materiale, umane, de timp, informaționale
- Resurse proprii vs. resurse atrase
- Estimare bugetară

3.5 Parteneri

- Numele instituțiilor
- Rolul și contribuția acestora
- Tipuri de sprijin oferit (financiar, logistic, informațional etc.)

3.6 Reflecția

- Cum ne vom evalua în timpul desfășurării proiectului?
- Cum se integrează învățarea în activitățile de solidaritate?

IMPLEMENTAREA

(CUM a fost desfășurat efectiv proiectul?)

4

4.1 Activitățile

- Ce activități s-au implementat efectiv?
- Date, locații, participanți, soluții identificate
- Procesul de monitorizare și adaptare

4.2 Planul de comunicare

- Obiective de comunicare
- Instrumente (afișe, social media, email etc.)
- Canale de comunicare și linkuri
- Frecvența comunicării

5.1 Evaluare

- Compararea rezultatelor cu obiectivele propuse
- Evaluarea procesului de învățare
- Autoevaluarea echipei
- Feedback din partea beneficiarilor și a partenerilor
- Instrumente de măsurare folosite

5.2 Impactul proiectului

- Impactul personal asupra echipei
- Impactul asupra comunității
- Impactul educațional și instituțional
- Lecții învățate și bune practici

5.3 Continuitate și multiplicare

- Potențial de extindere sau replicare
- Fezabilitatea continuării proiectului
- Recunoașterea contribuțiilor (diplome, mulțumiri, produse finale: raport, video, site etc.)

5.4 Celebrare

FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

(CE am obținut și CUM ducem mai departe proiectul?)

5



1

Read It Out

FLOREA LUMINIȚA | FRĂȚILĂ CRISTIANA OCTAVIA | GABURA CRISTINA | GHERMAN DANIELA ANDREA
| GÎVAN PATRICIA-ALEXANDRA

1. MOTIVAȚIA

Beneficiile cărților reprezintă pilonul motivației desfășurării acestui proiect. Perspectivele membrilor implicați în proiectul „*Read It Out*”, rămân deschise către un viitor luminos.

Implementarea unei astfel de acțiuni a pornit la nivelul echipei, din dorința fiecăreia dintre noi de a promova cititul în rândul elevilor din învățământul gimnazial și de a le prezenta beneficiile pe care lectura le aduce în viața noastră. Motivația noastră vine din dorința de a empatiza cu toți participanții și de a îi încuraja să citească, folosind atât cărțile, cât și resursele online, deoarece lectura stă la baza dezvoltării socio-emoționale, a imaginației și a vocabularului complex.

Astfel, nu ne-am dorit să valorificăm numai **beneficiul lecturii** în sine, ci și **semnificația** lui în dezvoltarea în timp a personalității umane prin intermediul proiectului de service learning. Totodată, **scopul** nostru este cel de a transforma cititul într-un *stil de viață sănătos*, prin care elevii se vor dezvolta atât la nivel cognitiv, cât și comportamental.

2. DIAGNOSTICUL

Lectura devine un lucru din ce în ce mai neinteresant pentru generația tânără, în special pentru copii. Aceștia nu înțeleg de ce cărțile sunt importante și de ce au un impact major în procesul de formare al personalității și dezvoltării gândirii critice. La momentul actual, copiii citesc doar din **obligația** pe care o au față de școală și de temele oferite de profesor, nu pentru propria lor plăcere sau pentru acumularea de cunoștințe. Cel mai argumentat răspuns, indiferent de orice țară a lumii, de condițiile sociale sau economice este **criza lecturii**. Doar citind, demonstrezi capacitatea de a înțelege texte complexe, de a evalua critic informațiile prezentate, de a formula ipoteze și concluzii.

Venind vorba despre copii, observăm că, deși trăiesc într-o eră a digitalizării și au acces ușor, inclusiv online, la cărți, mulți aleg să nu citească deloc. La mijloc este și un **factor social**: modul în care se influențează între ei. De ce să citească o carte, când pot descărca un joc? În plus, în școală apare uneori și fenomenul de bullying: cititul este asociat cu imaginea „tocilarului” – „Cine mai citește în era tehnologiilor?” –, iar elevii care aleg să-și petreacă pauzele cu o carte pot fi etichetați drept „ciudați” pentru că nu se alătură colegilor în jocurile online.

Descrierea
problemei

Conform Verei Osoianu (2020), spațiul virtual a ajuns să ocupe un loc central în viața oamenilor. Datele Barometrului Opiniei Publice confirmă această schimbare: în 2018, doar 9% dintre respondenți citeau zilnic ziare și 10% cărți, în timp ce 77% preferau televizorul. Un an mai târziu, cifrele au scăzut și mai mult, la 5% pentru ziare și 6% pentru cărți, în timp ce 74% dintre oameni continuau să urmărească televizorul. Mai mult, utilizarea zilnică a Internetului a crescut la 55%, ceea ce arată cum atenția se mută tot mai mult spre mediul digital. Pandemia Covid-19 a accentuat tendința, când școala s-a mutat în fața calculatorului, iar cartea tipărită a pierdut și mai mult teren. Studiile campaniei „Timpul să citim” au scos la iveală un fapt alarmant: **unul din cinci români nu a citit niciodată o carte**. Este o realitate care ridică semne de întrebare nu doar despre obiceiurile noastre de lectură, ci și despre felul în care ne raportăm la cultură, educație și timp liber.

Noi credem că adulții trebuie să fie un exemplu pentru copii, să le arate care este importanța cărților și cât de valoroase sunt acestea. **Refuzul de a citi** de la vârste fragede, o să genereze o lipsă de cultură, o lipsă de abilități sociale, cognitive și intelectuale. După părerea noastră, acest proiect se bazează pe o problemă gravă, luând în considerare numărul de cititori care **scade constant**, atât copii, cât și adulți. Avansarea tehnologiei reprezintă pentru această problemă o piedică în soluționarea ei.

Dificultățile cu care ne-am putea confrunța în realizarea acestui proiect de service learning, ar putea fi reprezentate de lipsa dorinței publicului țintă de a se implica, având în vedere că acest subiect nu este unul care să-i atragă pe copiii din ziua de azi. S-ar putea ca elevii să fie reticenți în ceea ce privește lectura, dar cu ajutorul posibililor **parteneri** – a profesorilor de Limba și Literatura Română, a bibliotecarilor, dar și a unor pasionați de lectură și înclinați spre acest domeniu – considerăm că îi vom putea atrage pe elevi în aventura spre lumea cunoașterii.

Pentru a identifica **opiniile elevilor** din ciclul gimnazial am utilizat un chestionar, în cadrul căruia am primit 50 de răspunsuri complete din partea acestora, majoritatea dintre elevi fiind din Bistrița-Năsăud și Târgu Mureș, dar am regăsit și răspunsuri din partea elevilor din Cluj-Napoca, Iași și Prahova. Astfel, întrebați fiind cât de importantă este lectura în viața lor, 30% dintre aceștia au precizat că este foarte importantă, 22% că este importantă, 18% că este destul de importantă, 4% aproape deloc, iar 26% dintre aceștia au optat pentru opțiunea „deloc”.

Dificultăți

Identificarea
nevoilor

La cea de-a doua întrebare, referitoare la imaginație, 72% dintre aceștia consideră că lectura are un rol în dezvoltarea imaginației, 22% au precizat că nu există un astfel de rol, iar 6% au bifat „nu știu”. Întrebați despre frecvența lecturii, 38% au precizat că fac asta de câte ori au ocazia, 20% citesc destul de rar, 20% nu citesc, 12% des, iar restul de 10% citesc rar sau au ales opțiunea „nu știu”. Totuși, 64% dintre aceștia au precizat la următoarea întrebare că sunt de părere că lipsa lecturii poate avea efecte negative în viețile noastre, iar printre cele mai votate efecte negative s-au regăsit: problemele legate de exprimare, lipsa creativității, lipsa culturii generale și lipsa imaginației. Aceștia, în procent de 64%, au precizat că **nu au folosit resursele online pentru a citi**.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Scop | Ideea proiectului a fost susținută de dorința de a **promova lectura** în rândul elevilor de gimnaziu și crearea unui spațiu în care elevii își pot împărtăși preferințele în materie de citit. Pentru realizarea proiectului am utilizat **obiectivele SMART** în care ne-am propus să realizăm:

Obiective

- ✓ 1. un **seminar** despre cum să reținem informația citită
- ✓ 2. o **activitate** cu profesorii de la Liceul Teoretic „Radu Petrescu”
- ✓ 3. un **seminar** cu Loredana Dascălu
- ✓ 4. un **seminar** despre cum să facem cititul mai atractiv/cum să alegem cartea pe care vrem să o citim.

Activități

Activitatea noastră a început odată cu crearea grupului de Facebook și a descrierii, urmând apoi să îl promovăm în rândul elevilor. După ce aceștia au acceptat invitația noastră, am realizat **postări informative**: videoclipuri, citate, sondaje, recomandări de cărți. Am considerat că este foarte important ca elevii să conștientizeze încă de la o vârstă fragedă toate beneficiile pe care cititul le are în dezvoltarea personală. În ceea ce privește **obiectivele comportamentale**, considerăm că cititul asigură și dirijează comportamentul, deoarece elevii vor deveni mai empatici și își vor gestiona reacțiile comportamentale.

Beneficiari

Proiectul a fost dedicat **elevilor** din **învățământul gimnazial**. Din cei 74 de elevi implicați în activitățile noastre, majoritatea provin din mediul rural (Prundu Bârgăului), toți având dorința de a descoperi importanța cititului. Însă, au participat și elevi din Târgu Mureș. Pentru a pune în practică proiectul, am ales platforma

online Facebook, în cadrul căreia am creat grupul de discuții, iar apoi am organizat 2 seminare, fiecare având o tematică diferită și o activitate în format fizic.

Așadar, primul **seminar** intitulat „*De ce este important cititul?*”, a avut la bază oferirea unor informații cu privire la importanța cititului și jocuri educative de reinterpretare a unui personaj. Cel de al doilea seminar pe care l-am propus, s-a transformat într-o activitate fizică, însă obiectivul nostru a fost atins. Am îndeplinit primul obiectiv – „*Cum să reținem informația?*”, de această dată, sub forma temei „*Cum să citim într-un mod eficient?*”. Al treilea seminar a fost bazat pe „*Cum să facem cititul mai atractiv și cum să alegem cartea pe care vrem să o citim?*”, având-o ca **invitat** special pe Loredana Dascălu, microinfluencer și fondatoarea paginii „*Ascult și citesc*”, reușind în acest mod să atingem două dintre obiective, într-o singură activitate. În ceea ce privește activitățile realizate, am avut în vedere să fie cât mai interactive, pentru a stârni interesul.

Activitățile inițiale pe care le-am propus, au fost modificate în esență. Astfel, primul seminar s-a transformat într-un seminar de cunoaștere, în care am vorbit despre importanța cititului, cea de-a doua activitate, în **format fizic**, s-a intitulat „*Magia cărților*” și a avut loc în biblioteca Liceului Teoretic „Radu Petrescu”, unde elevii s-au folosit de prezentări, machete, pentru a își prezenta cartea preferată. Ultima activitate, a avut ca subiect principal: „*Cum să alegi cărțile pe placul tău?*”, însă discuția și interacțiunea întregului seminar a permis dezvoltarea mai multor teme.

Resurse

Resursele pe care le-am avut au constat în laptop-urile personale și telefoanele, însă, **colaborând** cu LTRP, am primit sprijin pentru întreaga activitatea pe care am derulat-o (spațiul de desfășurare: biblioteca). Astfel, conducerea Liceului a fost de acord să se implice în activitatea noastră, desemnând în realizarea acesteia doi coordonatori, pe doamna Popeiu Minodora și doamna Sălăgean Paula. În acest sens, au fost semnate două documente, care să ateste acordul.

4. IMPLEMENTARE

Partener de proiect

Proiectul nostru s-a desfășurat în **online**, însă am realizat și o activitate în **format fizic** în colaborare cu profesorii de la **Liceul Teoretic „Radu Petrescu”**, din Prundu Bârgăului. Odată creat grupul pe Facebook, pentru a le atrage atenția elevilor, am conceput o copertă și un logo, care să aibă în centru elemente specifice lecturii și am realizat o postare cu informații despre proiect și despre echipă. Ulterior, am început promovarea grupului, distribuindu-l profesorilor, pe grupurile dedicate elevilor, dar și pe conturile noastre de Facebook.

În următoarea etapă, am început cu un **videoclip** despre beneficiile cititului și am continuat cu o serie de citate. Pentru a accentua importanța cititului am decis să realizăm o serie de **recomandări de carte**, cu **#RecomandOCarte**, după ce am realizat un sondaj pentru a observa viziunile elevilor. De asemenea, în obiectivele proiectului am inclus familiarizarea elevilor cu resursele online, prin care ne putem bucura de diferite cărți. În acest tip de postare, am realizat două înregistrări de ecran, în care am ilustrat pașii care trebuie urmați pentru a descărca cărți de pe site-ul „*cărțigratis.com*” și „*Google Books*”.

În realizarea proiectului, am încercat să ne apropiem de elevi, propunându-le **activități de grup**, precum: să vină cu recomandări de cărți pentru noi, să ne precizeze care este personajul cu care și-ar fi dorit să stea de vorbă. Pentru a aprofunda informația existentă pe grup, am decis să organizăm prima întâlnire cu elevii, pe Zoom, la care au participat 4 beneficiari, care s-au implicat activ în discuție (anexa 1). În același timp, ei au fost provocați să își imagineze cum ar arăta un personaj dintr-o carte în perioada pandemiei, având un suport vizual: o prezentare despre importanța cititului, iar la finalul activității am oferit un chestionar de feedback.

Proiectul nostru a cuprins și o activitate în format fizic, „*Magia cărților*”, în cadrul Liceului Teoretic „Radu Petrescu”, Prundu Bârgăului. Activitatea a fost coordonată de doamna profesoară Popeiu Minodora și doamna bibliotecar Sălăgean Paula, iar printre invitați se numără doamnele profesoare: Petrean Delia și Cătană Elena. Pentru această activitate, am propus prezentarea cărților preferate de către elevi, folosindu-se de prezentări, machete sau notițe (anexa 2) și antrenarea într-un dialog, pentru care am

pregătit un ghid de discuție: „*Cum să citim într-un mod eficient?*”. În plus, i-am rugat pe elevi să își imagineze cum ar gândi viitoarele lor prezentări, prin care au încercat să realizeze un nou conspect al cărții preferate (anexa 3).

Ultima activitate pe care am realizat-o în cadrul proiectului, a fost în online, cu tema: „*Cum să alegi cărțile pe placul tău?*”. La această activitate am avut un invitat special, pe Loredana Dascălu, de la „*ascult_și_citesc*”. Beneficiarii s-au implicat în conversație. Seminarul a constat într-o discuție despre cum ne putem alege cărțile, iar la finalul seminarului, am oferit un chestionar de feedback. Modul în care am decis să comunicăm a fost unul apropiat de vârsta elevilor. Ca **instrumente de comunicare**, am folosit videoclipuri, citate, afișe, sondaje postate pe grupul de Facebook.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluarea finală și sistematizată

În teorie, proiectul nostru urmărea desfășurarea unei **campanii pro-citit**, ajutând aproximativ 50 de elevi în descoperirea lecturii de plăcere. În practică, proiectul nostru a avut 20 de beneficiari direcți la seminarii, 24 la activitatea „*Magia cărților*” și aproximativ 30 pe grupul de Facebook, toți elevi ai claselor gimnaziale. Rezultatul proiectului ne mulțumește, am reușit să ne atingem obiectivele stabilite, cum ar fi realizarea ședințelor online și atingerea numărului de beneficiari direcți ai proiectului.

Impactul

În urma **chestionarelor de feedback**, am aflat că beneficiarii au descoperit lucruri noi și se orientează mult mai ușor în căutarea și alegerea materialelor de citit. Pe plan personal, am descoperit dificultățile de a face un proiect de Service-Learning. În timpul seminariilor, beneficiarii au participat activ. Menționăm că în realizarea fotografiilor, am primit acordul participanților și al instituției.

În concluzie, obiectivele noastre au fost atinse, am reușit să gestionăm proiectul, iar beneficiarii au fost satisfăcuți de munca noastră. Am încercat să fim o echipa echilibrată, să ne autoevaluăm în urma seminariilor online și să ne împărțim corect rolurile în echipă, iar echipa a fost încurajată în ședințe constante și prin intermediul grupului de WhatsApp.

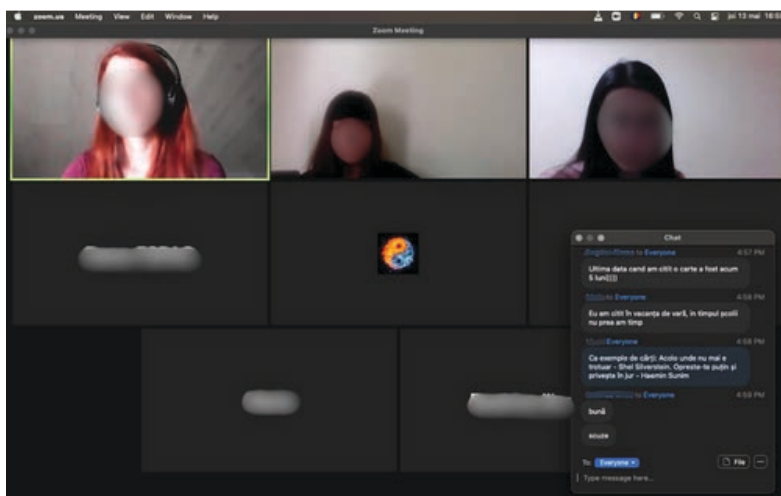
BIBLIOGRAFIE:

Ucrainciuc, S. (2020). *Rolul lecturii în combaterea analfabetismului funcțional*. Chișinău, Biblioteca Națională a Republicii Moldova.

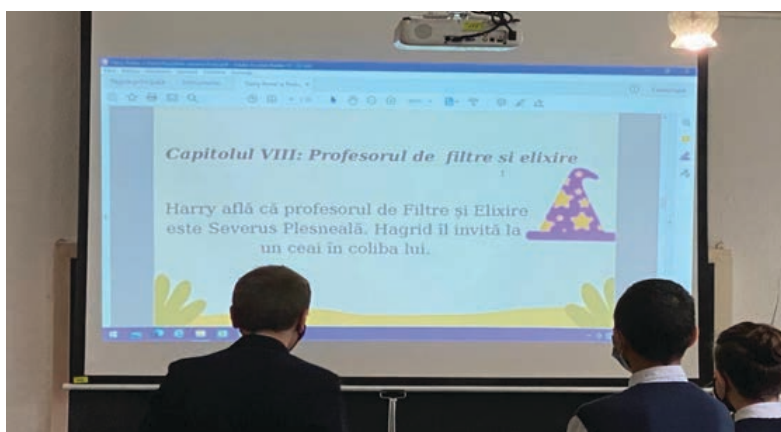
Osoianu, V. (2020). *Analiza situației statistice a Sistemului Național de Biblioteci în perioada 2017- 2018*. Chișinău, 2020 apud Ucrainciuc, S. (2020) *Rolul lecturii în combaterea analfabetismului funcțional*. Chișinău, Biblioteca Națională a Republicii Moldova.

ANEXE:

Anexa 1:

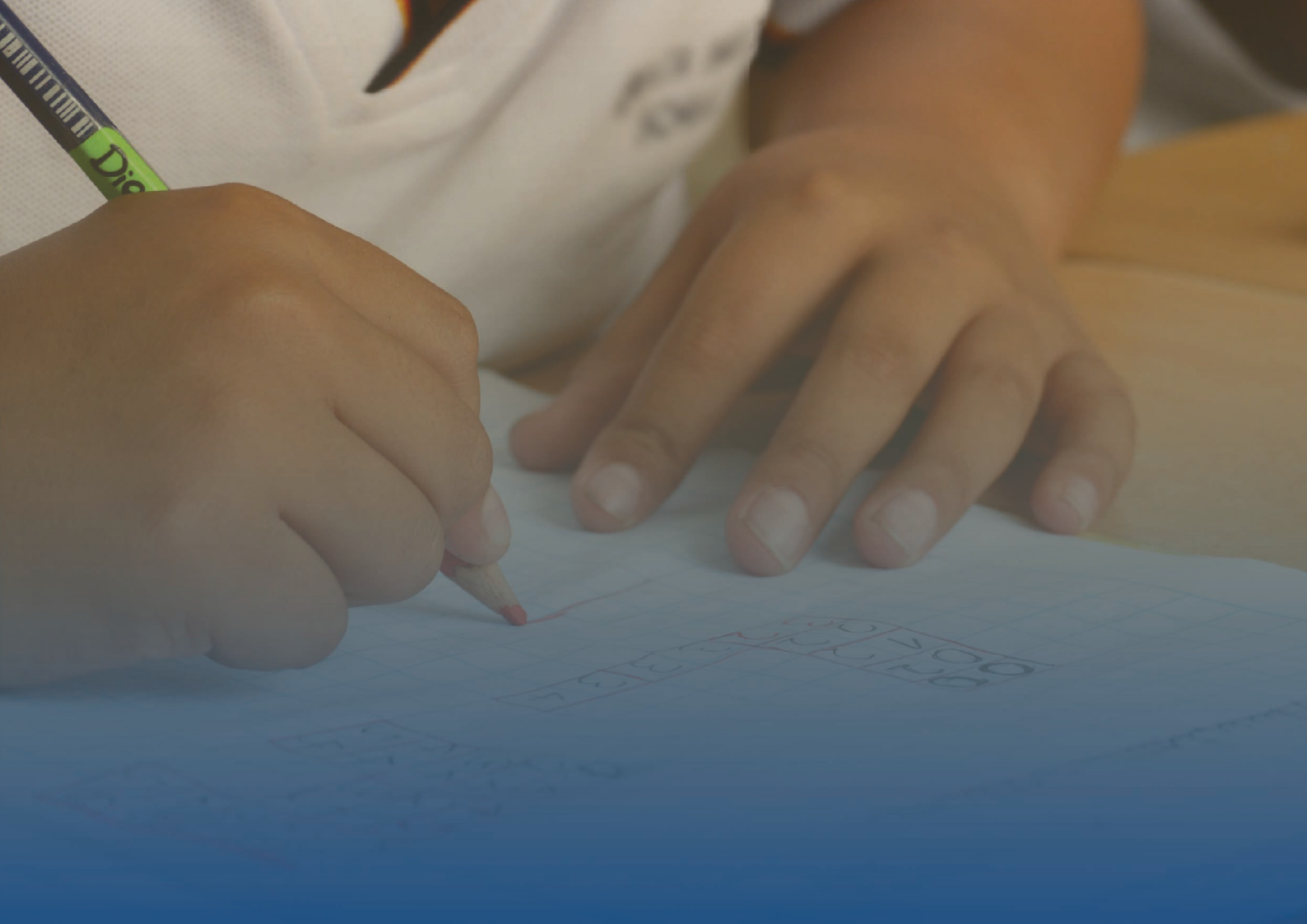


Anexa 2:



Anexa 3:





2

De la Student la Elev

MERSICI GIULIA-MARIA | MIHAI STEFAN SORIN | MITERICI LORENA-ANA-MARIA | MIZGAN MIHAELA-
IOANA | MOCAN EMILIA

1. MOTIVAȚIA

Una dintre cele mai semnificative etape din viața fiecăruia este **școala**, locul unde joaca încetează, iar responsabilitățile cresc de la an la an. Odată cu responsabilitățile, intervine interacțiunea cu diferite persoane și implicit integrarea efectivă în societate.

Anii de școală pot fi o perioadă frumoasă, însă poate fi și copleșitoare, din cauza responsabilităților precum evaluările, învățatul și integrarea în colectiv. Considerăm că este o perioadă crucială pentru formarea personalității fiecărei persoane și de aceea, trebuie acordată o importanță majoră. Trebuie să conștientizăm **importanța** sprijinului pentru elevi, un sfat la momentul potrivit poate opri o decizie fără judecată. Pornind de la această idee, dorim să ne implicăm într-un proiect care ar putea schimba mentalități și ar putea contribui la bunăstarea elevilor.

Astfel, ne-am dorit ca în cadrul acestui proiect să motivăm elevii, deoarece stima de sine scăzută este des întâlnită printre tineri. Ne-am axat pe elevii din Cluj pe care i-am identificat prin intermediul aplicației Instagram, a unei anchete sociologice și a unei statistici primite din partea ISCJ. Așadar, am stabilit faptul că elevii din gimnaziu și liceu din Cluj ar reprezenta **grupul țintă** pentru acest proiect. Alături de dorința noastră de a ajuta elevii, ne-am regăsit fiecare „*elevul din noi*” în cadrul acestui proiect.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

În prezent, părăsirea timpurie a școlii de către elevi reprezintă o problemă în România. Aceasta afectează individul în sine, dar și societatea. După definiția utilizată în UE, **părăsirea timpurie** a școlii poate lua mai multe forme. Ea include tinerii care au abandonat școala înainte de sfârșitul învățământului obligatoriu, cei care au terminat învățământul obligatoriu, dar nu au obținut o calificare în învățământul secundar superior, și cei care au urmat cursuri de preprofesională sau de formare profesională, fapt care nu a condus la un echivalent de calificare la nivel secundar superior (Gyonos, 2011).

Cauzele abandonului pot fi analizate din trei puncte de vedere: psihologic, social și pedagogic. Din punct de vedere **psihologic**, se referă la stările prin care trece elevul în cadrul școlii: anxietate, motivație scăzută, stimă de sine scăzută, oboseală. Printre cauzele

sociale, factorii decisivi sunt: integrarea în colectiv și familia, reprezentând susținerea principală a unui copil în formare. Din punctul de vedere al factorului **pedagogic**, profesorii reprezintă o influență mare asupra elevilor, fiind modelul pe care ei îl urmăresc, iar favoritismul, subestimarea elevilor sau nepăsarea poate conduce la o decizie pripită din partea lor.

Prevenirea părăsirii timpurii a școlii este considerată ca fiind deosebit de importantă, nu numai pentru a combate consecințele negative ale sărăciei și a excluziunii sociale asupra dezvoltării copilului, dar și pentru a oferi copiilor mijloacele necesare pentru a întrerupe ciclul de transmitere a dezavantajului între generații. Interesul specialiștilor pentru prevenirea și diminuarea abandonului școlar, trebuie privit ca o **prioritate** a sistemului de educație, cu atât mai mult cu cât, factorii determinanți ai abandonului se multiplică și diversifică, ca adaptare la contextul social, economic, cultural, profesional din ce în ce mai provocator în care sistemul de învățământ funcționează (Palaghia, 2018).

La nivel național **statisticile** sunt îngrijorătoare, cele preluate de pe site-ul oficial al Ministerului Învățământului ne arată următoarele: la nivelul liceului, rata de cuprindere a crescut semnificativ în prima parte a intervalului analizat, ajungând la valoarea maximă de 94,6% în 2011/2012 (momentul la care au intrat în clasa a IX-a cele două generații de elevi care au avut debutul școlar în 2003/2004, la 6 și 7 ani concomitent). Ulterior, ca urmare a măsurilor de reorganizare a învățământului profesional și ca urmare a ieșirii din liceu a celor două generații anterior amintite, valorile ratei de cuprindere în liceu au început să scadă constant, ajungând la 74,7% în 2017/2018. Însă, deși avem parte de această scădere, avem un procentaj ridicat în comparație cu celelalte țări din UE. La nivelul mediei Uniunii Europene, rata de părăsire este de 10,3% în 2019, iar în România fiind în medie 15,3% în 2019.4 La nivel de Cluj, conform statisticilor abandonului pe județ din 2019-2020 ISCJ rezultă **o problemă la nivelul comunității**.

Identificarea nevoilor

În cea de-a doua etapă am realizat un **chestionar** pentru a identifica problema la nivel de elevi, și pentru a le înțelege nevoile. Astfel, doar 50% sunt mulțumiți de școală, iar restul 45% nemulțumiți. Procentul de persoane nemulțumite crește când vine vorba de școală în mediul online la 67,5. 77,5% dintre elevi consideră că relația cu profesorii nu este bună. 65% consideră că părerea lor

nu este respectată. 47,5% consideră că nu sunt acceptați în colectiv. Astfel, nevoia elevilor este cea de **toleranță și înțelegere** în școală din partea profesorilor și elevilor. De asemenea, 72,5% cunosc persoane care au luat deja decizia de a abandona școala. Concluzionând, un număr foarte ridicat de persoane ar vrea sau au luat decizia părăsirii timpurii a școlii.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective | **Obiectivele SMART** propuse sunt următoarele:

- ✓ 1. Atingerea unui număr **minim de 100 de urmăritori** în primele două săptămâni de la lansarea paginii de Instagram.
- ✓ 2. Organizarea unui **webinar** „De ce și cum să înveți?” oferit de drd. Carina Matei, timp de 90 de min, pentru elevii de gimnaziu și liceu din Cluj.
- ✓ 3. Realizarea unui **live** pe Instagram intitulat „Elevul de ieri - omul de azi” oferit de o persoană publică, timp de 30 de minute pentru elevii de gimnaziu și liceu din Cluj.

Scop | Scopul acestui proiect este de a preveni părăsirea timpurie a școlii, dorind să ajutăm un număr de **minim 20 de elevi** din județul Cluj din mediul rural și din cel urban să își gestioneze eficient impedimentele întâlnite în procesul educațional.

Dorind să ajungem la un număr semnificativ de elevi și ținând cont de situația pandemică actuală, am hotărât să desfășurăm activitatea în **mediul online**. Am ales Instagram ca platforma pentru desfășurarea activității, deoarece este cea mai eficientă pentru a ne facilita accesul spre publicul țintă. Întreaga activitate de pe social-media a fost combinată cu platforma Zoom, unde am reușit să aprofundăm interacțiunea cu elevii, organizând alături de drd. Carina Matei un webinar intitulat „De ce și cum să înveți?”.

Beneficiari | Am identificat beneficiarii **directi** cu ajutorul statisticilor obținute din partea Inspectoratului Județean Cluj, dar și a anchetei sociologice realizate, aceștia fiind un grup de elevi de 11-18 ani din județul Cluj. Beneficiarii **indirecti** ai acestui proiect au fost elevii care s-au simțit vulnerabili într-un punct al vieții sau cei care au dorit să se dezvolte. Astfel, în urma activităților, am observat că tinerii deveneau dornici de a se dezvolta și de a deveni cea mai bună versiune a lor. Printre **problemele** regăsite în rândul participanților, se numără: **motivația scăzută, nivelul de concentrare scăzut, învățare ineficientă și management al timpului defectuos.**

Activități

Activitatea propriu-zisă a prevăzut 3/4 **postări** pe săptămână pentru a stârni interesul. Luna aprilie a fost destinată atât cunoașterii, cât și informării. Luna mai a fost destinată interacțiunii cu aceștia, întrucât am creat un grup, urmând ca din ziua webinarului să le adresăm o serie de întrebări despre viața lor de elev. Feed-ul era format pe de-o parte din noțiuni teoretice, tips&tricks pentru o învățare eficientă, dar și sfaturi din experiențele personale a diferitelor persoane publice.

În secțiunea „**povești**” elevii s-au simțit liberi să își exprime gândurile și emoțiile. De asemenea, le-am sugerat anumite **videoclipuri** de pe Youtube sau TikTok care ar putea veni în sprijinul lor. Și nu în cele din urmă, am repostat menționărilor lor, fapt pentru care le suntem în continuare recunoscători (anexa 1). De asemenea, tot pe pagina noastră de Instagram am creat un **grup** cu elevii pentru a putea interacționa cu ei, pentru a face diferite jocuri la care aceștia au fost foarte deschiși.

În afara platformei Instagram, am creat un **dialog** pe Facebook cu drd. Carina Matei, profesoară în cadrul Departamentului de Psihologie al Facultății de Psihologie și Științe ale Educației, Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj Napoca, lansându-i invitația de a susține un **webinar** pentru beneficiarii noștri, prin care să-i îndrumăm spre o învățare eficientă. Evaluarea întregului proiect s-a realizat printr-o **analiză riguroasă** a interacțiunii de pe pagina de Instagram, analizând atât aprecierile sau comentariile postărilor, cât și activitatea din cadrul secțiunii „povești”.

4. IMPLEMENTAREA

Proiectul nostru este construit pe problema tinerilor de a părăsii timpuriu școala. Astfel, primul pas pe care l-am făcut a fost să realizăm o pagină de Instagram „**delastudentlaelev**” și să ne creăm propriul logo pe care l-am utilizat în postări (anexa 2). Pe pagina noastră am avut un conținut motivațional, ne-am împărtășit experiențele noastre, reușind chiar să luăm **interviuri** persoanelor publice în cadrul seriei „**Elevul de azi – omul de mâine**”. Printre acestea se numără: Vlad Gherman, Dan Negru și Andrei Aradits. Aceștia au împărtășit experiențele lor ca elevi și sfaturi legate de școală, dar și de viață (anexa 3).

Totodată, am creat un **grup** pentru a ne apropia de elevi. În cadrul acestuia au fost incluși elevi de gimnaziu și liceu, care și-au

manifestat dorința de a fi parte din acest grup. Încă de la început, aceștia au primit câte un task în fiecare zi, timp de o săptămână, precum: o poză prin care ne arată cum își reîncarcă bateriile pentru săptămâna care vine, o descriere a propriei persoane sau o leapșă prin care au împărtășit împreună citatul care îi motivează. Totodată, în cadrul acestui grup, am oferit membrilor [accesul la materiale](#) educaționale, motivaționale, sau de tip organizare pregătite pentru ei și încărcate într-un [Google Drive](#).

De asemenea, o altă activitate a fost [webinarul](#) „*De ce și cum să înveți?*” alături de drd. Carina Matei care ne-a vorbit despre: motivație, cum să învățăm eficient și cum să reducem stresul. Am organizat și un [giveaway](#) pentru participanții webinarului, iar câștigătorul a beneficiat de o carte. La finalul prezentării, le-am oferit materialul prezentat de invitata noastră, dar și un formular de [feedback](#). La întrebarea „Consideri că a fost util acest webinar”, am avut un procent de 100% pentru răspunsul afirmativ. De asemenea, am primit feedback și pe Instagram: „Vreau doar să vă spun că a fost cel mai educativ webinar de până acum, la care am participat”.

Am reușit să discutăm și cu trei profesori, care au dorit să rămână anonimi, privind această temă, iar prin analizarea acestor răspunsuri ni s-a confirmat încă o dată, diagnosticul pe care l-am identificat la început.



Care sunt, după dumneavoastră, cauzele care pot duce la părăsirea timpurie a școlii?

Problemele sociale, sărăcia, marginalizarea, familii dezorganizate, delincvența juvenilă, absenteismul etc.



Cum ați descrie dvs. un elev care se află în risc de părăsire timpurie a școlii? Cum se manifestă acesta?

Elevul aflat în risc de părăsire timpurie a școlii poate fi afectat de probleme de ordin social, familial, emoțional, anturaje nepotrivite etc.

Partener de proiect

Partenerul nostru a fost un **ONG** numit **“Oameni pentru Oameni”** care ne-a oferit ajutor în promovarea conținutului nostru. Atât pe pagina noastră, cât și pe pagina lor, am realizat postarea care conține beneficiile relaxării în natură. Însă cel mai important lucru pentru noi în acest proiect a fost să menținem interacțiunea cu oamenii, discutând cu ei în fiecare zi pe grupul nostru.

Impactul | La finalul acestui proiect i-am rugat să ne ofere un **feedback**. Ei au fost foarte încântați de munca noastră: *„Această experiență a fost și este una unică! Cele mai minunate persoane ne-au învățat foarte multe lucruri pe care fără ei nu le-aș fi știut. Am participat la cele mai interactive lucruri”*. Acest proiect este unul de suflet și pentru noi, iar eforturile noastre de a ajuta acești elevi se vor observa în mod special, probabil, pe parcursul timpului.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluarea finală și sistematizată | Cu toate greutățile întâmpinate, ne-am străduit ca beneficiarii noștri să fie cât mai mulțumiți de noi și de proiectul nostru. În ceea ce privește primul obiectiv SMART, putem afirma că am reușit să-l ducem la bun sfârșit. În mai puțin de o săptămână pagina noastră a atins 100 de urmăritori. Cel de-al doilea obiectiv, webinarul „De ce și cum să înveți?”, a fost realizat cu 40 de participanți. Pe de altă parte, cel de-al treilea obiectiv SMART nu a fost atins. Am trimis mesaje persoanelor publice din România, printre care: Maria Zvîncă (content creator), Pavel Bartoș (prezentator de televiziune) sau Dorian Popa (artist). Astfel, am reușit să regândim toată activitatea, lăsându-le mesaje cu întrebări despre viața lor de elevi.

Dificultăți | Concluzionând, considerăm că ne-am atins mare parte din scopul propus. Încheierea campaniei s-a realizat prin postări de mulțumire participanților. Întreg proiectul a reprezentat o adevărată provocare pentru noi, iar cea mai mare limită impusă a fost **distanța**. Importanța continuității unui astfel de proiect este vitală pentru rezolvarea unor probleme sociale.

BIBLIOGRAFIE:

Gyonos, E. (2011). *Abandonul școlar: cauze și efecte. Economie teoretică și aplicată.*, numărul 11 (564), pp. 37-47.

Palaghia, C. (2018). *Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere.*, Iași, Performatica.

https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/100724

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:



Anexa 3:





3

Stud Mood

DENIS- DANIEL PAVEL | ȘTEFAN PAVĂL | MARIA- ELENA PINTILIA | CRISTINA PETCO | OCTAVIAN PETAC

1. MOTIVAȚIA

Motivația echipei constă în dorința de **a reduce anxietatea**, dar și de **a susține relațiile studenților** în cadrul orelor online. Echipa noastră a ales această temă și din cauza faptului că și noi, personal, am fost afectați de cadrul online. Ne propunem să dezvoltăm o pagină de Instagram, unde dorim să ne ajutăm comunitatea cu informațiile preluate de pe paginile specialiștilor în psihologie. De altfel, scopul acestui proiect este de a crește interacțiunea dintre studenți, dar și dintre aceștia și cadrele didactice. Lipsa răspunsurilor din cauza apariției anxietății, afectează un număr ridicat de studenți, distorsionându-le calitatea percepției și înțelegerii materiilor studiate.

Descrierea problemei

Majoritatea studenților tind să se confrunte cu un nivel ridicat de reținere în ceea ce privește activitatea pe parcursul seminarelor sau cursurilor, acest lucru afectând performanțele acestora.

Pentru susținerea argumentelor, vom prezenta opinia unuia dintre studenții membri ai echipei *stud_mood*: *„Cred că acest subiect este important, deoarece, la rândul meu, mă confrunt cu această problemă zilnic. Din cauza **anxietății**, nu mă pot exprima liber și nu pot interveni la orele online așa cum îmi doresc. De multe ori am idei pregătite pentru a putea răspunde, dar din cauza acestei frici neexplicabile, nu mă pot convinge să deschid microfonul și să răspund. Această temă trebuie abordată în fiecare universitate în timpul acestei pandemii, deoarece studenții nu își pot demonstra adevăratul potențial din cauza anxietății.”*

Drept urmare, conform statisticilor oferite de organizația „Salvați Copiii” , la nivelul României, închiderea școlilor și trecerea la școala în mediul online a avut un **impact negativ** asupra sănătății mintale a tinerilor.

2. DIAGNOSTICUL

Identificarea problemelor și a nevoilor

Studiile arată faptul ca informatiile determina o crestere a endorfinei si a dopaminei, ceea ce creeaza o dependenta inconștienta a oamenilor fata de sursele de informare. Astfel, 70% dintre tineri afirmă ca sunt dependenti de telefoanele personale. Aceasta nevoie de cunoaștere poate avea efecte negative asupra oamenilor. Ulterior, ei devin dependenți de o lume virtuală care le poate dăuna sănătății (Gavrilaș, 2020).

Totodată, aproximativ 47% dintre tineri au folosit telefonul drept unicul mod pentru participarea la orele online. Stresul psihic poate scădea capacitatea funcționării corecte a sistemului imunitar, ceea ce ne predispune la o infectare mai mare de COVID-19, dar și la dezvoltarea bolii secolului XXI, depresia, chiar și anxietatea [2]. Alte studii ce demonstrează creșterea nivelului de anxietate și depresie la nivel mondial: „Exprimarea liberă, deși facilitată în cadrul facultăților de către majoritatea profesorilor, este de multe ori interceptată, dar stopată de rețineri și frica de a greși, astfel că, lipsa feedback-ului nu este produsă nici de profesori, nici de studenți. Acest lucru pentru majoritatea persoanelor constă în modul recurent de participare la ore. Dorința principală a echipei este de a îmbunătăți percepția studenților despre modul în care orele online sunt susținute, dar și de a spori creșterea feedback-ului prin încurajare, explicare și prin împărtășirea de idei și experiențe.”

Beneficiarii

Anxietatea reduce legăturile comunicaționale dintre colegi și activitatea pe parcursul orelor online. Impactul pe care dorim să-l avem este asupra **studentilor** din Universitatea Babeș-Bolyai. Desigur, cercetarea se axează în preponderent asupra studenților care se confruntă cu anxietate la orele online, cu vârste cuprinse între 18-25 ani.

În mediul online se găsesc surse veridice care oferă recomandări pentru această situație. Una din surse este site-ul celor de la UNICEF, în care se oferă modalități prin care părinții își pot sprijini copiii în timpul pandemiei. Toate informațiile sunt oferite de psihologi ce împărtășesc sfaturi folositoare pentru tineri, astfel încât aceștia să poată depăși această perioadă complicată. **Dezavantajele digitalizării** a unităților de învățământ sunt reducerea mobilității studenților și profesorilor și creșterea timpului petrecut în fața calculatoarelor, lipsa socializării între studenți, creșterea nivelului de anxietate și presiunii psihologice, creșterea problemelor de sănătate. Citatul “Nu poți opri valurile, dar poți învăța să navighezi” afirmat de profesorul american John Kabat Zinn redă aceeași speranță pe care și noi încercăm să o transmitem mai departe (Salvați Copiii, 2020).

Conform unor altor studii cercetate s-a dedus faptul că România este una dintre țările în care educația a fost cea mai afectată de pandemie. Potrivit cifrelor oficiale, 65.000 de copii au

rămas în afara orelor de curs. Lipsiți de sprijinul familiei și/sau fără mijloace tehnice pentru a putea participa la lecțiile online, aceștia au abandonat. Izolarea a adus cu ea multe alte drame nebănuite „pe unele le conștientizăm și le cuantificăm, altele vor ieși la iveală în anii ce vin. Așadar, școala online a distorsionat imaginea multor studenți și elevi”.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA PROIECTULUI

Obiectivele SMART propuse sunt următoarele:

Obiective

- ✓ 1. **Sporirea** nivelului de **activitate** din mediul online în cadrul cursurilor/seminarelor a studenților de la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, cu vârste cuprinse între 18-25 de ani.
- ✓ 2. **Suținerea** a două **webinarii** nișate pe tema **anxietății**, în care va fi invitat un specialist din domeniul psihologiei.

Unul dintre primele obiective ar fi reprezentat de crearea unei **pagini de Instagram**, cu ajutorul căreia ne dorim să atragem atenția asupra anxietății. „*De ce anxietate?*”. Acest lucru este observabil în momentele lungi de liniște și există o lipsă de activitate din partea studenților. Rata de răspuns este una scăzută.

Activități

Activitățile pe care le avem în plan sunt: **postatul** regulat atât pe pagina de Instagram, cât și pe cea de Facebook; realizarea unui **webinar** la care va fi chemat un **expert** în psihologie pentru a răspunde la eventualele întrebări ale participanților. Pentru a crea sentimentul de acceptare și înțelegere, fiecare coechipier a prezentat un moment în care s-au simțit anxioși. Tot în cadrul paginii de Instagram am postat **informații** despre anxietatea resimțită în orele online. Resursele de informații provin din studiile unor medici și psihologi.

Scop

Scopul nostru este să creăm o **campanie** de „*raise-awareness*” tocmai pentru ca oamenii să înțeleagă că nu sunt singurii care se confruntă cu moralului scăzut sau lipsa motivației. Ne dorim să creăm un spațiu confortabil în care opiniile pot fi exprimate liber. Pentru a înțelege de la beneficiari care sunt cele mai importante probleme întâmpinate am creat un **chestionar** creat în Google Forms. Astfel, ca metodă de cercetare am utilizat ancheta sociologică indirectă, iar instrumentul utilizat a fost chestionarul.

4. IMPLEMENTAREA

Pentru a crește impactul și activitatea contului, am accentuat nivelul de **distribuire** a postărilor. Luna aprilie a fost destinată

Parteneri de proiect

postărilor informative despre: PTSD, OCD, anxietatea socială. De asemenea, am creat o provocare (*#sesifărăstresi*), pentru a îndemna la o organizare eficientă a timpului de învățare în sesiune (anexa 5). Ulterior am trimis un email partenerilor de proiect – profesorilor de la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării – în care le-am cerut să răspundă la două întrebări scurte, pentru a afla și părerea cadrelor didactice. Întrebările adresate acestora au fost:

1. „*Sunteți mulțumit/ă de numărul de **studenți care răspund în timpul orelor susținute de dumneavoastră? Considerați a fi un număr scăzut ori crescut?***”
2. „*Considerați că există o **diferență la nivelul de activitate între mediul online și cel fizic? Dacă da, ne-ați putea împărtăși care considerați dumneavoastră a fi cauza?***”

Am constatat, astfel, faptul că doi din trei profesori au observat schimbări în ceea ce privește activitatea studenților la orele online (Anexele 27-29).

Pentru a putea interacționa cu comunitatea existentă ne-am propus să creăm un joculeț de tipul „*Am/N-am*” (anexa 30). Motivul alegerii acestei metode de interacțiune este faptul că putem lega comunitatea.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Impactul

În urma realizării proiectului, observăm că majoritatea obiectivelor propuse au fost îndeplinite. În ceea ce privește impactul, înspre finalul proiectului, comunitatea și-a pierdut interesul, acest lucru fiind observabil în numărul de aprecieri pe care postările le primeau. Cu toate acestea, numărul de vizualizări ale postărilor de tip story, nu s-a modificat semnificativ.

Dificultăți

Proiectul a avut un concept bun, credem că a fost greu să colaborăm ca echipa din cauza neaprecierii temei, nesincronizării în întâlnirile de prelucrare cât mai numeroase și probabil din cauza nivelului scăzut de interacțiune.

Evaluarea finală și sistematizată

La finalul campaniei, analizând situația, nivelul de conștientizare, dar și acceptare nu au fost atinse așa cum a fost propus în incipitul acesteia. Feedbackul din partea beneficiarilor a fost unul foarte redus. Considerăm că obiectivul principal nu a fost atins și datorită faptului că așteptările echipei au fost mult prea ridicate.

BIBLIOGRAFIE:

Centrul pentru Parteneriat de Dezvoltare. (2020). *COVID-19 și Tinerii: Efectele pandemiei asupra bunăstării psiho-emoționale*. UNFPA. <https://moldova.unfpa.org/ro/news/covid-19-%C8%99i-tinerii-fricaanxietatea-triste%C8%99Bea-s-au-acutizat>

Gavrilaș, N. (2020). *Impactul COVID-19 asupra activității instituțiilor de învățământ superior., în Paradigme moderne în dezvoltarea economiei naționale și mondiale*. p. 168-170.

Miron, A. (2021). 2020-2021. *Efectele pandemiei asupra elevilor. Ce spun psihologii despre starea copiilor VIDEO*. Europa Liberă România. <https://romania.europalibera.org/a/un-an-de-scoal%C4%83-altfel-scoala-in-pandemie-/31145053.html>

Restian, A. (n.d.) Un virus care a înnebunit lumea, în *Romanian Journal of MEDICAL PRACTICE*. p.269.

Rusu, F. (2021). *Efectele măsurilor anti-Covid. Experții anticipează o pandemie de tulburări mentale în rândul tinerilor. În România pare a fi început deja*. Profit. <https://www.profit.ro/stiri/social/efectele-masurilor-anti-covid-expertiianticipeaza-o-pandemie-de-tulburari-mentale-in-randul-tinerilor-inromania-pare-a-fi-inceput-deja-19982675>

Salvați Copiii. (2020). *Impactul Covid-19 asupra educației*. Salvați Copiii. https://www.salvaticopiii.ro/ce-facem/educatie/vreau-la-scoala/impactul-covid-19-asupra-educatiei#_ftnref3

UNICEF. (2021). *Șase modalități în care părinții își pot sprijini copiii în timpul pandemiei de (COVID-19)*. UNICEF. <https://www.unicef.org/romania/ro/pove%C8%99ti/%C8%99asemodalit%C4%83%C8%99Bi-%C3%AEen-care-p%C4%83rin%C8%99Bii-%C3%AE%C8%99i-pot-sprijini-copiii-%C3%AEen-timpul-pandemiei-de-covid-19>

Verheyen, S. (2021). *PROPUNERE DE REZOLUȚIE referitoare la impactul COVID-19 asupra tineretului și asupra sportului*. Parlamentul European. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2021-0115_RO.html

ANEXE:





4

Podul Cu Cărți

PÎSALTU HRISTINA

1. MOTIVAȚIA

Ceea ce m-a determinat să iau această inițiativă a fost de a construi și implementa prin acest proiect conceptul „**de a citi de plăcere**” în orașele străine. Această dorință se poate cuantifica prin sensul pe care doresc să-l atribui proiectului „Podul cu cărți”. Ideea a fost implementată în multe orașe (**Mediaș, Cluj, Sibiu, București**) sub diferite forme și denumiri, însă în orașul Huși (jud. Vaslui) nu s-a concretizat o astfel de inițiativă. Fiind un oraș de provincie, situat în zona Moldovei, nu există foarte multe resurse educaționale și interes manifestat pentru investiții în astfel de cauze.

În Huși mi-au fost deschise căi la nivel de potențial personal, iar motivația mea de a dăruî înapoi la nivel de comunitate o parte din cât am primit e raportată la gândul că aș putea deschide calea cuiva printr-o carte pe care alege să o citească.

Proiectul are ca scop asamblarea unor **biblioteci în spații publice**, mai exact în trei dintre parcurile orașului, fiecare carte putând fi înlocuită cu o alta, donată sau doar împrumutată pe perioada șederii în parcul respectiv. Consider că există cărți care schimbă destine și conturează un sens. Asta își propune și „Podul cu cărți”.

2. DIAGNOSTICUL

Din punct de vedere cultural și social, comunitatea orașului Huși are parte de activități restrânse ca număr pe plan educativ, fie că ne referim la festivaluri de muzică, teatru, artă sau ateliere de creație. Din acest motiv, conceptul de „**bibliotecă vie**” în spațiile publice ar crește interesul publicului de toate vârstele pentru lectură. Astfel, această activitate poate fi la îndemâna oricărui pasionat. Pentru ca finalizarea proiectului să poată fi posibilă, va fi nevoie de sprijinul Primăriei Municipiului Huși și o potențială **colaborare** cu Biblioteca Municipală „Mihai Ralea”, respectiv cu librăriile locale. Implicarea comunității va presupune donarea de cărți de către cei doritori.

Acest tip de idee implementată a fost primită cu succes la nivelul altor orașe ce servesc drept inspirație, precum **Cluj-Napoca**. Membrii echipei „Cărțile pe față” din jurnalul Monitorul cj (2014) susțin că e frumos să surprinzi reacțiile pozitive ale persoanelor care descoperă aceste cărți și se bucură să vadă adolescenți

examinând căsuța sau returnând cărțile înainte de a părăsi parcul. Am identificat nevoia orașului prin metoda **observației** pe parcursul mai multor luni. Am consultat opiniile tinerilor cu vârste cuprinse între 14-20 ani, constatând că există o nevoie reală pentru carte.

Beneficii ale implementării proiectului:

- *crearea și întărirea deprinderilor de lectură la copii începând de la vârste fragede*
- *stimularea imaginației și creativității copiilor și tinerilor*
- *promovarea conștientizării moștenirii culturale, a aprecierii artei, realizărilor științifice și inovațiilor*

oferirea posibilității de accesare și exprimare culturală a tuturor artelor dramatice - încurajarea dialogurilor interculturale și susținerea diversității culturale

Descrierea problemei

Cetățenii orașului Huși se confruntă cu o **lipsă considerabilă de organizatori culturali** și implicit de evenimente culturale, totodată lipsa stimulilor în această direcție cauzează dezinteres și facilitează ignoranța, provocând o lacună educațională. Locuitorii au nevoie de stimulare și îndrumare în direcții culturale pentru a le trezi interesul față de cunoaștere și inovație.

Nu pot estima care este impactul asupra numărului de oameni afectați, deoarece nu există studii palpabile și surse veridice în acest sens. Problema nu necesită o urgentare a demarării acțiunilor, dar tocmai pentru că există acest stereotip conform căruia cultura suferă mereu amânare, doresc să iau inițiativă.

Identificarea problemelor și a nevoilor

Exercițiul observației în rândul locatarilor m-a ajutat să realizez că orașul întâmpină nevoia de artă. Nu există prea multe articole cu privire la acest subiect, dar voi atașa ulterior mărturiile unor cetățeni poate la fel de îngândurați și întristați de situație la fel ca mine, care am dorit implementarea proiectului.

Elenei Botez de 53 ani, locatară a acestui oraș, afirmă că își amintește cu plăcere de vremurile când mergea la cinematograful „Dacia” din Huși, deoarece acum nivelul de cultură a scăzut mult, însă dacă s-ar investi mai mult, ar putea să evolueze sau cel puțin să se întoarcă la ceea ce a fost odată. Au destui copii talentați, artiști și pricepuți în multe, dar din păcate nu își pot pune aceste abilități în practică din cauza lipsei unor spații destinate acestor evenimente.

Ea afirmă că trebuie să își crească copiii frumos, dar nu trebuie să le distragem atenția de la cultură sau mai rău, să le înăbușească această latură.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA

Obiectivele SMART propuse sunt următoarele:

Obiective

- ✓ 1. Creșterea **interesului** pentru literatură
- ✓ 2. Stimularea **creativității** în rândul tinerilor
- ✓ 3. Creșterea gradului de **atractivitate** al orașului

Scop

Acestea reprezintă obiectivele de **învățare**. Scopul principal al proiectului a vizat șansa locuitorilor de a face ceva productiv și plăcut în timpul lor liber, atunci când aleg să stea în parc. Proiectul are ca scop și îndeplinirea unor obiective **comportamentale**, precum spiritul civic la care am apelat, în speranța că bibliotecile nu vor fi avariate din rea voință în niciun fel. Printre acestea se numără și obiectivele **administrative**, ce fac referire la donarea de cărți și întreținerea lor într-o stare bună.

Beneficiari

Beneficiarii serviciului de solidaritate sunt cetățenii orașului Huși într-un număr necuantificabil, neputând aproxima măsura în care aceștia doresc să beneficieze de proiect. Ținta către care proiectul și-a îndreptat atenția sunt oamenii ce au drept pasiune lectura, tinerii, adolescenții, copiii, bătrânii ce s-au intersectat cu aria obiectelor de natură intelectuală și au dorința de a continua în aceeași direcție.

Resurse

Drept resurse pentru finalizarea proiectului cu succes, am beneficiat de câțiva **sponsori**, membri ai familiei, și de o bună **colaborare cu primăria** care mi-a oferit avizul de amplasare a bibliotecilor pe spațiile verzi.

Ca **material primă**, am beneficiat de lemn care a fost prelucrat într-un atelier de tâmplărie (anexa 1). După finisajele lemnoase, au urmat să fie sudate într-un alt atelier, pentru a putea fi împământate corespunzător.

Totodată a fost nevoie de o colaborare cu primăria, pentru oferirea avizului de amplasare a bibliotecilor pe spațiile verzi.

4. IMPLEMENTARE

Ideea inițială a proiectului a fost implementată și finalizată cu succes. Totuși, au avut loc câteva schimbări în ceea ce privește obiectivele, însă nu au reprezentat o abatere mare de la ceea ce am gândit în primă fază.

În cadrul activității de implementare a căsuțelor în parc, m-au ajutat cu participarea activă doi voluntari adulți. Aceștia au venit pregătiți și doritori să ajute. Deși au fost puțini, s-au ocupat de săparea gropii, cimentarea și fixarea bibliotecilor în spațiile dorite (anexa 2). Mai mult decât atât, am reușit să fac vizibilitate proiectului, deoarece, în urma activității, ziarul local „Vremea Nouă” a relatat un articol despre eveniment (anexa 3).

Pentru a finaliza cu succes asamblarea bibliotecilor din parc a trebuit să luăm legătura cu Primăria Municipiciului Huși. În urma unei corespondențe prin mail cu această instituție pe parcursul a 3 săptămâni, am primit acordul necesar, iar proiectul nostru a devenit realitate.

Construcția propriu-zisă a bibliotecilor a durat circa 14 zile, pentru obținerea avizului de amplasare a fost nevoie de aproximativ 3 săptămâni, iar donarea cărților s-a desfășurat pe parcursul a maxim o săptămână.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluare finală și sistematizare

În urma realizării proiectului, pot spune că am bifat următoarea listă de obiective: realizarea obiectivelor; satisfacția beneficiarilor; calitatea competențelor, abilităților și aptitudinilor dezvoltate; participare; recunoașterea de către comunitate; produsul final este atestarea proiectului de către un ziar local.

Obiectivele care nu au putut fi atinse se referă la maratonul de poezie pe care doream să îl organizez inițial și campania online. Puncte de la care ne-am abătut ca echipă au rămas la stadiul de temă individuală în urma întâmpinării unor dificultăți de comunicare și adaptare.

Impact

În urma publicării articolului, concitadinii s-au arătat foarte entuziasmați de inițiativă, reacțiile au fost multe și îmbucurătoare. La doar o zi de la publicarea articolului, acesta a strâns peste 60 de share-uri însoțite de cuvinte frumoase. Impactul anticipat a fost depășit cu mult, reacțiile beneficiarilor au fost cu mult peste așteptări.

Proiectul se va opri aici pentru orașul Huși, continuitatea lui ar consta în mentenanța bibliotecilor și poate implementarea ideii în orașele care duc lipsă de așa ceva.

Mă bucur că, prin intermediul acestei teme, am reușit să ofer ceva acestui oraș, am bucurat câțiva oameni, iar aprecierile primite în schimb mi-au consolidat stima de sine și încrederea în forțele proprii.

BIBLIOGRAFIE:

Zamfir, I. (2019, 1 august). De ce citim așa puțin? Scena9. Recuperat de la <https://www.scena9.ro/article/romanii-citesc-putin>

HotNews.ro. (2021, 18 martie). Un român citește mai puțin de cinci minute pe zi și circa o carte pe an. HotNews.ro. Recuperat de la *Ivanov, C. (2020, April 17). De unde apar câinii maidanezi pe străzile și în parcurile din București / Ce măsuri trebuie luate ca să nu ajungem ca în 2014 [Știri]. HotNews.Ro.* <https://hotnews.ro/de-unde-apar-cinii-maidanezi-pe-strazile-si-n-parcurile-din-bucuresti-ce-masuri-trebuie-luate-ca-sa-nu-ajungem-ca-n-2014-263690>

Zi-de-Zi. (2020, 24 aprilie). Cum să nu ucizi o bibliotecă (Reportaj trist de „Anul Cărții”). Zi-de-Zi. Recuperat de la *Raru-Darie, R. L. (2018). Valențele art-terapiei în contextul activităților instructiv-educative și recuperatorii ale copiilor cu cerințe speciale. Terapie asistată de animale la copiii cu dizabilități.* http://www.cseirosclugoj.ro/wp-content/uploads/2018/05/SIMPOZION_LUCRARI.pdf

ANEXE:

Anexa 1:



Parcurile din Huși, provocare la lectură în aer liber! (FOTO) - Vreme...

IDEE... O studentă din Huși, care învață la Universitatea Babeș Bolay din Cluj, a reușit ...

Vremea noua | May 29, 2021

Anexa 2:





5

Patru lăbuțe și un suflet

ABĂLĂNESEI IULIA | AGAVRILOAEI SABINA | AGRIJAN ARLESIANA | ANDERCĂU ANASTASIA |
ARDELEAN ANTONIA

1. MOTIVAȚIA

Unul dintre scopurile noastre principale este să ajutăm animalele care trăiesc în condiții neprielnice. Prin intermediul acestui proiect dorim să propunem măsuri și să luăm inițiativa de a schimba viața câinilor maidanezi, abandonați, bolnavi, de pe străzile orașelor României. Dorim să fim vocea necuvântătoarelor incapabile să pună în cuvinte greutățile la care sunt supuse din cauza oamenilor fără suflet din societate.

Tema proiectului se bazează pe o problemă reală a multor orașe din România reprezentată de câinii care nu au un adăpost, nu puține fiind cazurile în care aceștia au atacat persoane, din cauza violenței umane sau a înfometării. Prin acest proiect de Service-Learning dorim să încurajăm cetățenii să adopte câini în loc să îi cumpere și pentru a face societatea să conștientizeze că schimbarea stă în mâinile lor.

Problema câinilor maidanezi este recurentă, dar inițiativa a fost mereu abandonată în detrimentul scuzelor și plângerilor către autorități. În urma atacurilor câinilor de pe străzi, de multe ori au fost aduse în atenție planuri de eutanasiere, dar rareori s-a propus soluția mai pașnică de a adopta aceste animale care sunt lipsite de iubire. Ne punem încrederea în comunitate, că aceasta ne va susține și va reacționa pozitiv la îndemnul de adopție și de sterilizare a animalelor de companie.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

Numărul câinilor maidanezi în România este în creștere, cauza numărul unu fiind abandonul, cu toate că acesta este sancționat din 2004 prin lege (Brădățan & Pencea, 2015). De exemplu, în 2013, Bucureștiul înregistra circa 65.000 de maidanezi (Ivanov, 2020). Problema numărului atât de mare este comportamentul agresiv specific naturii câinilor, care vor să-și marcheze și să-și apere teritoriul. Deși în Ordonanța de Urgență, nr. 155 din 21 noiembrie 2001, Art 2. (1) scrie că: „Consiliile locale ale unităților administrativ-teritoriale au obligația de a amenaja din fonduri proprii, în funcție de necesități, în condițiile prevăzute în anexa nr. 1, adăposturi pentru câinii fără stăpân, respectiv pentru acei câini care circulă liberi, fără însoțitor, în locuri publice.” (Brădățan & Pencea, 2015, p.1), România are în continuare o populație de câini fără adăpost crescută.

Identificarea problemelor și a nevoilor

Relația câine-om este de multe ori una de întraajutorare. Zooterapia, mai exact utilizarea animalelor în scopuri terapeutice, este o dovadă clară că animalele ne ajută atât fizic, cât și psihic. Acestea produc o stare de relaxare mai rapidă și mai eficientă comparativ cu prescripțiile medicamentoase, diminuează stresul, reduc stările de depresie și anxietate, contribuie la creșterea stimei de sine (Raru-Darie, 2018).

Una dintre problemele pe care putem să le întâlnim în timpul acestei campanii de conștientizare este reprezentată de existența altor campanii care promovează aceeași temă. Pentru a combate acest obstacol, ne vom axa pe efectele psihologice pozitive pe care animalele de companie le aduc în viața oamenilor.

Totodată, campania noastră depinde de implicarea cetățenilor în procesul adopției, aceștia interesându-se în primul rând de rasa animalului în cele mai multe cazuri. Prin urmare, vom apela la educarea publicului, prin sublinierea faptului că rasa câinelui nu este cel mai important aspect al adopției, ci șansa oferită unui suflet nevinovat. Nu în cele din urmă, realizarea obiectivelor nu ar fi posibilă fără sponsori. Centrele contactate au fost „Casa lui Patrocle” Suceava și „Ray Animal Rescue” Cluj-Napoca. Sponsorizare vom încerca să obținem de la Ștefan Mandachi, care a mai promovat centrul sucevean, iar pentru promovarea caselor de adopție vom utiliza platforme de socializare prin care să organizăm strângeri de fonduri și donații.

O metodă de cercetare utilizată pentru cunoașterea publicului țintă a fost ancheta sociologică, realizată printr-un chestionar online. Respondenții păreau conștienți de problema abordată de proiectul nostru și au avut o atitudine pozitivă față de posibile activități de voluntariat în campanie, adopție sau donații. Această abordare științifică ne-a confirmat existența unei probleme reale și ne-a dat speranță că la nivel comunitar există potențialul de adopție necesar atingerii obiectivelor noastre.

Identificarea problemelor și a nevoilor

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Scop Scopul acestui proiect a fost de a atrage atenția asupra **abandonului de câini** din România și asupra **importanței adopției** și a **sterilizării** animalelor de companie, evidențiind și beneficiile deținerii animalelor de companie. Campaniile de conștientizare și promovare au avut loc pe rețelele de socializare Instagram (@PawCare_SL) și Facebook (@PawCare).

Obiective

Obiectivele SMART propuse sunt următoarele:

- ✓ 1. **Îmbunătățirea** relațiilor cu beneficiarii și **promovarea** campaniei pe rețele de socializare Instagram și Facebook
- ✓ 2. Creșterea cu **5%** a numărului de persoane care să se implice în activități care susțin **adoptia** animalelor și **sterilizarea** lor
- ✓ 3. Creșterea cu **5%** a numărului de persoane care **donează** / se implică în activitățile desfășurate în adăposturi
- ✓ 4. Convingerea a **minim 3 persoane să adopte** un câine în loc să cumpere unul

Parteneri

Partenerii proiectului au fost două adăposturi – „*Casa lui Patrocle*” Suceava și „*Ray Animal Rescue*” Cluj-Napoca. „*Casa lui Patrocle*” a fost înființată în 2016 și adăpostește în prezent 200 de câini. „*Ray Animal Rescue*” este un ONG înființat de Raisa Giulia Ludoșan, care deține și un salon pentru cățeluși. Scopul principal al Raisei este de a salva cățelușii și pisicile, de a le steriliza și avea grijă de ei până când își găsesc o familie.

Beneficiari

Beneficiarii **directi** ai proiectului au fost **adăposturile partenere** ce au beneficiat de atât de ajutor din partea echipei noastre, dar și al voluntarilor, prin participare la îngrijirea cățeilor, dar și prin donații. Totodată, cățeii adoptați și stăpânii adoptivi se numără și ei printre beneficiarii directi ai proiectului.

Beneficiarii **indirecti** au fost **publicul** care a aflat despre această campanie și instituțiile care se ocupă de animalele abandonate, cum ar fi Protecția Animalelor. Interesul lor a fost vizibil prin aprecierile și distribuirea postărilor de pe pagina de Instagram.

Public țintă

Din punct de vedere **socio-demografic**, publicul țintă a fost divers ca vârste, medii de proveniență și ocupații, caracteristica comună fiind dorința de implicare.

4. IMPLEMENTAREA

Impact

Cu toate că sponsorizarea dorită nu s-a materializat, proiectul s-a remarcat pe rețelele de socializare unde am reușit să ne apropiem de audiența noastră și să avem un impact neașteptat de mare, reușind să strângem **200 de urmăritori activi**.

Activitățile proiectului s-au desfășurat preponderent **online**, dar și **fizic**, în special în localitatea Suceava unde am lucrat cu voluntarii. În plus, am împărțit **flyere** cu sloganul campaniei, „*Lucky paws go home*”, și în Cluj, Zalău, Huedin, Arad și București.

Activități | **Postările** campaniei (anexa 1) au cuprins teme precum, parvovirusul, importanța adopției, beneficiile psihologice a deținerii unui animal de companie, etc.. Totodată, am realizat activități de **engagement** cu următorii prin crearea unor hashtag-uri distribuite în postări și story-uri (anexa 2) cu cățelei și stăpânii lor. În același timp, pagina a servit ca **mediator** pentru prezentarea cazurilor de adopție urgente.

Am reușit să coordonăm un **webinar** cu trei **specialiști** în domeniu, Vlad Vancia, Alina Rusu și Iulia Muntean la care au participat 45 de oameni. Temele discutate au fost de **natură informativă**, **feedback**-ul final al participanților indicând calitatea superioară a evenimentului nostru și dorința lor de a adopta.

Dificultăți

Principalele dificultăți în implementarea proiectului au fost rezumate la lipsa de fonduri suplimentare din partea potențialilor sponsori pe care i-am contactat. Non-răspunsurile și refuzurile lor au activat ca piedici în depășirea obiectivelor noastre, fiind rezumate la a ne limita activitatea preponderent în mediul online.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluarea finală și sistematizată

Evaluarea finală și sistematizată a obiectivelor a fost așa cum urmează:

O1. Prin relația apropiată cu beneficiarii și promovarea campaniei în online afirmăm atingerea obiectivului, următorii noștri asigurându-ne mereu cu un feedback pozitiv că suntem în direcția bună de promovare. unde putem spune că acest obiectiv.

O2 – O3. Prin intermediul donațiilor și implicării voluntarilor la adăposturi am reușit să asigurăm câinilor cele necesare îngrijirii lor fizice, dar și afecțiune.

O4. Obiectivul a fost satisfăcut, trei căței găsinde-și un nou cămin prin proiectul nostru.

Din punct de vedere al obiectivelor de învățare personale și de grup, credem că am ne-am îmbunătățit competențele de comunicare, de a lucra în echipă și de a lua decizii la nivel colectiv. Totodată, am învățat cum să ne menținem motivația ridicată în ciuda obstacolelor și cum să gestionăm situațiile de criză.

BIBLIOGRAFIE:

Brădăţan, T., & Pencea, R. (2015). *Situaţia câinilor fără stăpân din România. Politici, cadru legislativ şi soluţii*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://www.osmikon.de/osmikonsearch/search?id=BV043509798>

Ivanov, C. (2020, April 17). *De unde apar câinii maidanezi pe străzile şi în parcurile din Bucureşti / Ce măsuri trebuie luate ca să nu ajungem ca în 2014* [Ştiri]. HotNews.Ro. <https://hotnews.ro/de-unde-apar-cinii-maidanezi-pe-strazile-si-n-parcurile-din-bucuresti-ce-masuri-trebuie-luate-ca-sa-nu-ajungem-ca-n-2014-263690>

Raru-Darie, R. L. (2018). *Valenţele art-terapiei în contextul activităţilor instructiv-educative şi recuperatorii ale copiilor cu cerinţe speciale. Terapie asistată de animale la copiii cu dizabilităţi*. http://www.cseiroscajugoj.ro/wp-content/uploads/2018/05/SIMPOZION_LUCRARI.pdf

ANEXE:

Anexa 1:



PAWCARE.SL

PARVOVIRUSUL

Înţelegerea parvovirusului la câini, a cauzelor apariţiei acestei boli şi modalităţi de tratare.

WEBINAR

DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE AL FSPAC

ÎMPREUNĂ PENTRU NECUVĂNTĂTORI

27 mai, 2021

Ora 19:00, link în descrierea paginii

WITH:
ALINA SIMONA RUSU - conferenţier în psihologia animală
VLAD VANCIA - biolog şi psiholog canin
IULIA MUNTEAN - psiholog canin



DE CE ESTE IMPORTANTĂ STERILIZAREA?

BENEFICIILE

- face imposibilă apariţia cancerului ovarian/testicular
- reduce riscul de cancer cervical
- previne comportamentele nedorite
- conform statisticilor, animalele sterilizate trăiesc mai mult

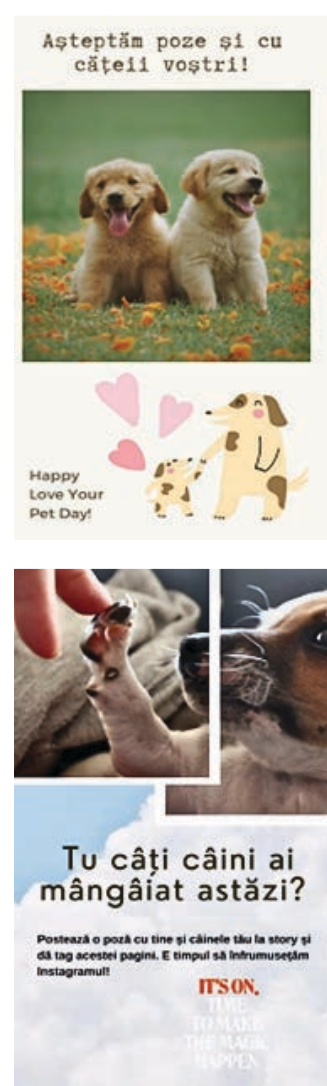
PAWCARE.SL

✓ It's time to act.

Tu ai adopta un câine bătrân?

Câteva motive pentru care adoptarea unui câine bătrân este o idee bună.

Anexa 2:



Aşteptăm poze şi cu câteii voştri!

Happy Love Your Pet Day!

Tu câţi câini ai mângâiat astăzi?

Postează o poză cu tine şi câinele tău la story şi dă tag acestei pagini. E timpul să înfrumuseţăm Instagramul!

IT'S ON. TIME TO MAKE THE MAGA HAPPEN



6

Women For Women

CĂLIN CRISTINA | CĂLIN OANA-COSMINA | CÂMPAN ANDREEA-ANNAMARIA | CĂTUNA-GALEȘ MARIA |
CĂUNEAC BEATRICE-GEORGIANA

1. MOTIVAȚIA

Demararea proiectului a plecat de la ideea că **„femeile hărțuite merită să fie ascultate, nu doar auzite”**. Am ales ca temă a proiectului **susținerea emoțională** a victimelor agresiunilor sexuale, deoarece reprezintă un subiect sensibil pe care societatea alege să-l ignore, în speranța că problema va dispărea de la sine. Totuși, în urma acestei nepăsări rămâne doar confuzie, frică și umilință.

Majoritatea femeilor supuse la astfel de evenimente traumatice se izolează și încearcă să uite amintirea agresiunii, fiindu-le rușine să se deschidă lumii, chiar dacă vina este a agresorului, nu a lor. Cu toate că ideal ar fi ca prin legislație și educație numărul agresorilor să fie minimizat, suntem de părere este nedrept că femeile sunt cele care se confruntă cu consecințele standardelor impuse de societate și că este necesar să le i se asigure consiliere emoțională.

Principala temă pe care vrem să o abordăm este **modul de gestionare al unui atac de agresiune sexuală** și persoanele care trebuie contactate ulterior pentru a asigura siguranța victimei. Suntem motivate de **lipsa de interes** a societății pe acest subiect, dar mai ales lipsa de inițiativă a autorităților.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

Agresiunea sexuală a devenit un subiect tabu în România, iar de multe ori agresorii ajung să fie cei protejați de lege. Agresorii obiectifică femeile, le folosesc și și le doresc la nivel de posesie, tocmai pentru că știu că acestea nu au cui să ceară asistență.

Abuzul poate avea **mai multe forme**, cele mai superficiale și care nu implică violență fiind normalizate. Fie că femeia este doar **„catcalled”** (fluierată sau strigată pe stradă), agresată fizic la locul de muncă (în general de un superior care o poate concedia), atinsă la club sau încolțită în alte medii publice, toate reprezintă acte de agresiune ce pot influența sănătatea psihică a victimei (Șerb, 2021).

Pe lângă victime ale agresorilor, femeile sunt și victime ale societății, prin lipsa de educație și empatie. Victimele sunt de multe ori **invinuite** și ținute responsabile pentru agresiune, pe motiv că **„se îmbracă sumar”, „și-o cer”** sau că se îmbracă și se machiază pentru a atrage și a primi atenția bărbaților.

O studiu condus de Europa Liberă din 2019 arată că în jur de 22 de

milioane de oameni din Uniunea Europeană sunt victime ale agresiunii. Alte date implicate în studiu implică: 94% din femeile care au fost violate au suferit de stres post-traumatic, în următoarele două săptămâni de la întâmplare, 30% din femei raportează PTSD la 9 luni după acțiune, 33% din femeile violate doresc să-și ia viața, iar 13% chiar o fac. Aproximativ 70% din femei care au fost violate sau agresate experimentează probleme cu stresul, o pondere mai mare decât orice altă crimă (Europa Liberă, 2021).

Un alt studiu lansat de Agenția Europeană de Drepturi Fundamentale din 2014 arată că începând cu vârsta de la 15 ani 32% dintre românce au fost hărțuite sexual. Cu toate acestea, România este una dintre țările cu cele mai mici procente, raportate, de cazuri de hărțuire sexuală din Europa, potrivit agenției Europene pentru Drepturile Omului. Poliția Română a subliniat că cifrele scăzute a cazurilor raportate indică faptul că româncele percep diferit fenomenul comparativ cu alte femei europene.

Pe de altă parte, Simona Chirciu, cercetătoare care documentează de 6 ani fenomenul hărțuirii susține că *„dacă nu există raportări, asta nu înseamnă că hărțuirea sexuală este la un nivel semnificativ mai scăzut decât în alte țări. În România, țintele hărțuirii sexuale nu raportează din motive precum: nu știu că pot / cum să raporteze abuzul, sunt învinovățite de apropiați pentru abuzul suferit, nu au încredere în/ sunt descurajate de autorități.”*

Din cele 1694 de respondente ale Simonei, o mare parte dintre ele își construiesc strategii prin care să se simtă mai în siguranță în spațiul public: 70,5% traversează strada / aleg rute ocolitoare, 67,7% evită zone neaglomerate, 49,5% se prefac că vorbesc la telefon, 30% ascultă muzică la căști, 28% ies însoțite, 19,1% își schimbă vestimentația.

Violențele se pot clasifica în **cinci moduri**: violența fizică activă, violența fizică pasivă, violența psihologică activă, violența psihologică pasivă și violența sexuală. Printre cele mai grave și totodată răspândite abuzuri se află cea fizică, sexuală, psihică și emoțională. Totodată, hărțuirea sexuală nu are loc întotdeauna pe stradă sau la serviciu, ci se poate întâmpla și în comfortul propriului cămin. Statisticile demonstrează că totuși violența domestică se manifestă cel mai frecvent de la bărbat către femeie; 13% dintre

femeile victime ale violenței domestice au murit; 74% dintre femeile victime ale violenței domestice au fost agresate de către soți, 4% de către concubini, 7% de către foștii soți, 15% de către alte rude (Jacota-Dragan et al., 2019).

În România sunt nenumărate fete care pot afirma că au fost agresate sexual, dar ele și-au făcut publică povestea doar după o anumită vreme. Statul nu acordă sprijinul necesar persoanelor vătămate și lipsa educației sexuale înrăutățește această situație. Acest fenomen nu este luat îndeajuns de serios atât în cadrul universităților, cât și în lumea întreagă (Rusu & Samoilă, 2018).

Mărturiile ale victimelor includ: „de cele mai multe ori polițiștii nu acordă credibilitate victimei, nu privesc hărțuirea stradală ca ceva ce nu ar trebui să se întâmple. Nu cred că sunt multe femei care se duc să depună plângere”, „Dacă reclami la poliție o hărțuire sexuală, sigur va da vina pe tine: că ai o ținută nedecvată, ce căutai să mergi pe acolo, dacă este seară de ce mergi în grup...numai aberații”, „Nu o singură dată un polițist m-a hărțuit. Trec pe lângă sediul jandarmeriei aproape zilnic și ei mă fluieră (nu am rută alternativă)”.

Acestea fiind prezentate, este foarte important ca femeile care trec prin astfel de experiențe să nu treacă sub „voalul tăcerii” deoarece s-a creat stereotipul care instigă că tăcerea țipă „îmi dau consimțământul”, „nu-mi doresc nicio schimbare!”, ori așa ceva este extrem de periculos pentru societate în general. Lipsa încrederii în persoanele apropiate și în autorități duce femeile agresate în pragul izolării. De multe ori acestea se feresc să își împărtășească experiențele cu femei, de frică de a fi judecate. Astfel, considerăm imperios necesar să creăm un spațiu în care femeile se simt în siguranță să se elibereze și să-și împărtășească experiențele traumatice pentru a se vindeca.

Identificarea problemelor și a nevoilor

3. DEZVOLTAREA ȘI PROIECTAREA PROIECTULUI

Obiective | **Obiectivele SMART** propuse sunt următoarele:

- ✓ 1. *Ne propunem sa ajungem cu campania de informare la o audiență de **minim 60 de persoane**.*
- ✓ 2. *Ne propunem să coordonăm un eveniment de informare de tip **webinar** cu un avocat specializat în domeniul hărțuirii, pentru a oferi o perspectivă competentă asupra tematicii abordate.*

Scop

Scopul nostru în acest proiect este de a **informa asupra fenomenului hărțuirii sexuale** în spațiile publice. Dorim să facem cunoscute caracteristicile hărțuirii stradale și metodele de combatere ale acestui comportament la minimum 60 de persoane. Pentru a ne atinge scopul, plănuim să fim active pe platforma de socializare **Instagram** (anexa 1 & 2), de pe care vom comunica cu beneficiarii noștri. În plus, dorim să organizăm un **webinar** în care vom avea un invitat specializat în hărțuirea stradală care îi va informa pe beneficiari asupra acestui fenomen și le va oferi sfaturi practice asupra modului în care aceștia se pot proteja și acționa.

Beneficiari

Beneficiarii **directi** ai proiectului sunt femeile cuprinse cu vârsta între 15-40 de ani, provenind în mare parte din mediul urban din România. Din punct de vedere **socio-psihografic**, aceste femei duc un stil de viață activ, au aspirații personale și profesionale. Acestea au fost supuse hărțuirii stradale ori au cunoștințe care au trecut prin această experiență neplăcută. Majoritatea au ignorat comportamentul obscen al hărțuitorilor din simplul motiv că n-au știut cum să reacționeze și au sperat că ignorând remarcile sexiste sau cu conotații sexuale, acestea vor înceta de la sine.

Din cauza situației pandemice toate activitățile noastre se vor desfășura în mediul **online**, fără resurse financiare suplimentare. Prima parte a proiectului va fi compusă din deschiderea unui cont de Instagram prin care vom atrage publicul nostru țintă și îl vom informa asupra acestui subiect. A doua etapă va fi organizarea unui webinar. Prin intermediul paginii de Instagram [@delafemei_pentrufemei](#) vom lansa un **chestionar** pentru a ne cunoaște publicul.

4. IMPLEMENTAREA

Activități

Până la finalul proiectului pagina de Instagram a echipei a adunat 72 de urmăritori. În cele **18 postări** postate am urmărit să expunem testimoniale ale persoanelor care au trecut prin experiențe de hărțuire sexuală/stradală, dar și informații legate de semnificația hărțuirii stradale. Totodată, chestionarul lansat pe pagina proiectului a acumulat un total de 45 de respondenți.

Evenimentul „*Hărțuirea stradală în spațiile publice din România*” a avut-o ca invitat special pe jurnalista, autoarea și activista feminismului și a drepturilor omului Simona-Maria Chirciu și a înregistrat 20 de participanți. Aceasta a publicat o carte și are un

doctorat pe aceeași temă abordată în **webinar**, astfel fiind o persoană competentă în acest domeniu, ce prezintă atât competențele teoretice, dar și emoționale legate de agresiune. Aceasta a vorbit despre experiențele sale personale ca victimă a hărțuirii stradale și a oferit sfaturi practice de combatere a fenomenului. **Parteneriatul** a fost mediat de Asociația pentru Libertate și Egalitate de Gen.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluarea finală și sistematizată

Considerăm că obiectivele propuse au fost îndeplinite parțial și că am reușit să avem un impact în analiza acestui subiect sensibil. Cu toate că invitațiile lansate către avocați specializați în domeniul hărțuirii nu au fost acceptate, webinarul a fost condus de un alt specialist în domeniu. Discuția purtată cu Simona-Maria Chirciu a accentuat ipoteza de la care a plecat acest proiect, anume că ignoranța față de acest subiect sensibil nu va îmbunătăți gândirea oamenilor.

Analizând răspunsurile înregistrate de chestionar am constatat că majoritatea respondenților sunt femei cu vârsta cuprinsă între 16-21 ani. La întrebarea „*Ce fel (feluri) de hărțuire sexuală ai experimentat?*” cei mai mulți au avut parte de glume de natură sexuală simțind un disconfort puternic în acele momente. Deseori hărțuirile sexuale se întâmplă pe stradă, de către străini. Din 45 de persoane nimeni nu a apelat la linia de asistență telefonică, din cauza lipsei de încredere în operatori.

Dificultăți

În ciuda dificultăților cauzate de contextul pandemic, și anume activitatea limitată datorită mediului online constrângător, echipa noastră a fost invitată de **organizația A.L.E.G.** pentru a participa la un eveniment pe această temă. Din punct de vedere al obiectivelor de învățare am reușit să ne cunoaștem mai bine și să înțelegem lumea în care trăim. Totodată, ne-am îmbunătățit **competențele de comunicare și de gestionare a timpului**.

BIBLIOGRAFIE:

Europa Liberă. (2021, February 19). *Femeile nu sunt în siguranță nici acasă, nici pe stradă, nici pe internet. Noul raport UE despre agresiuni și realitatea românelor* [Știri]. Europa Liberă România. <https://romania.europalibera.org/a/femeile-nu-sunt-in-siguranta-raport-/31111817.html>

Jacota-Dragan, O., Blișceac, C., & Țurcanu, T. (2019). *Violența — Fenomen antisocial. Interuniversitaria: Materialele Conferinței Științifice a Studenților*, 15, 164–170. <http://riora.usarb.md:4000/items/e539728d-5227-4060-80a5-d3db37d88c07/full>

Rusu, A., & Samoilă, E. (2018). *Modalități de prevenire și combaterea hărțuirii sexuale din universități*.

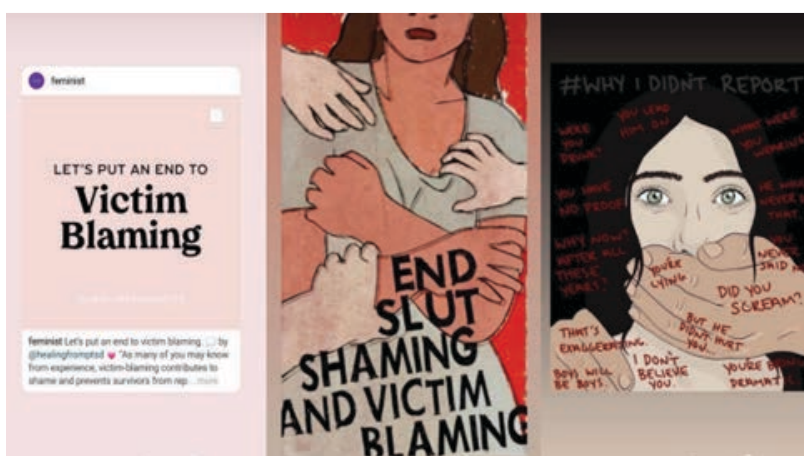
Șerb, D. (2021, February 24). *Studiu. O treime dintre tinerele între 20 și 29 de ani susțin că au fost hărțuite sexual în universități* [Știri]. Adevărul. Ro. <https://eige.europa.eu/>

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:





7

Sheads Up

DÎRVARIU ANDRA | DRĂGAN CLAUDIA | ENEA THEODORA

1. MOTIVAȚIA

Să fii femeie în România anului 2021 poate să însemne cel mai frumos lucru sau cel mai urât coșmar pe care l-ai putea trăi vreodată. Dacă femeile au drepturi egale cu bărbații, atunci de ce mai avem nevoie de feminism? Pe lângă faptul că această egalitate a drepturilor este prezentă doar în legislație, o tristă statistică arată faptul că „30% dintre femei spun că au fost afectate de violența fizică sau sexuală la un moment dat în viață, după vârsta de 15 ani”.

Proiectul **Sheads Up** a reprezentat pentru noi șansa de a da o voce fetelor din România și de a le îndruma să își povestească experiențele, pentru a putea fi o sursă de inspirație și celorlalte femei din jurul lor. Totodată, prin această inițiativă, ne dorim să inspirăm, la rândul nostru, fetele ce au cel puțin 14 ani și să le oferim informațiile necesare pentru a se autoeduca să devină femeile ce pot ține spatele drept în orice situație și pot avea încredere în propriile puteri, variabila masculină devenind o variabilă opțională, care să nu poată influența procesul de maturizare.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

În contextul creșterii inegalităților sociale și problemelor de justiție socială, apar, la nivel global, din ce în ce mai multe mișcări colective care discută despre modul în care este gestionată identitatea personală în relațiile comunitare, iar dezvoltarea personală s-a constituit ca un instrument de administrare al conflictelor care apar în aceste contexte.

Problemele determinate de **rasism** și **sexism** nu sunt încă nici pe departe rezolvate, rata încarcerării fiind mai crescută în rândul persoanelor de culoare, iar **violența de gen** sau **nivelul de sărăcie** financiară și relativă a persoanelor din **comunitățile romme**, alături de diferențele dintre nordul și sudul global, reprezintă probleme care sunt adresate doar la nivel individual. În contextul ideologiei neoliberale, în care fiecare persoană este responsabilă pentru propriul destin și în care poziția socială este determinată doar de propriile alegeri, **dezvoltarea personală** ca proces s-a constituit ca o soluție necontestată pentru remedierea problemelor personale și sociale (Trifan, 2020).

De mai puțin de 100 de ani, mai exact din 1946, se consideră faptul

Identificarea problemelor și nevoilor

că, din punct de vedere constituțional, femeile aveau „egalitatea cu bărbații în plan economic, social, politic și cultural” (ASISED, 2019). Însă, 75 de ani mai târziu, ne mândrim cu faptul că România are cea mai mică diferență între salariile femeilor față de cele ale bărbaților, de 5,2%, pe când în alte țări europene, precum Estonia, unde există o diferență de 25,3%. Statisticile surprind cum „95% din totalul victimelor violenței în familie sunt femei”, iar dacă această statistică nu era deja alarmantă, faptul că, la nivel mondial, „între 40% și 70% dintre femeile ucise sunt victime ale violenței în familie” ar trebui să atragă atenția asupra modului în care femeile sunt tratate.

O parte din problemă rezidă în faptul că organizațiile sunt **deconectate** de femeile din mediul rural sau urban mic. În general, după cum observau și o serie întreagă de autoare, feminismul din România s-a dezvoltat de sus în jos, ceea ce creează o problemă de legitimitate. Această deconectare creează **narațiuni paternaliste specifice**, legate despre ce vrea sau nu să facă poporul, considerat de cele mai multe ori conservator și needucat (Trifan, 2020). Drept urmare, focusul principal al acțiunilor organizațiilor pentru egalitate de gen din România a fost reprezentat de campaniile de conștientizare și educare, în special în anii 2000. Această percepție legată de etosul popular a fost luată în considerare și de partidele politice care au preluat un discurs conservator în speranța de a atrage voturi.

Cu toate acestea, **prezența scăzută** la referendumul pentru redefinirea familiei sau numărul mic de voturi obținut de partidele conservatoare asumate, indică faptul că aceste teme sunt cel puțin secundare în preocupările zilnice ale oamenilor și că, astfel de narațiuni, construite de la distanță și de la suprafață, ajung să fie de fapt cele care, în cele din urmă, construiesc o anumită realitate politică. Acest lucru perpetuează mai mult ideea că există preponderent **conservatorism** asumat care afectează viețile femeilor din rândul elitelor (**judcătorii care nu condamnă abuzul asupra fetelor, medici care refuză avortul, profesori care hărțuiesc studente sau academicieni care se proclamă conservatori**) decât în viața de zi cu zi. (Trifan, 2020).

3. DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA PROIECTULUI

Odată cu consacrarea identității SHEADS UP, ne-am stabilit următoarele **obiective SMART** pe care le vom utiliza în planificarea

tuturor activităților ulterioare:

Obiective

- ✓ 1. *Încurajarea a cel puțin **10 tinere** din categoria de vârstă vizată care să scrie un articol pe site-ul nostru, în care să vorbească pe teme precum feminismul și „women empowerment” în 5 săptămâni.*
- ✓ 2. *Atingerea unui număr de cel puțin **100 de ascultători** ai podcastului Sheads Up pe Spotify.*
- ✓ 3. *Promovarea **identității** Sheads Up prin rândul grupului țintă.*

Scop

Unul dintre cele mai importante scopuri a fost crearea unei **comunități** în care să combatem diferențele de vârstă („*the generation gap*”). Echipa SHEADS UP și-a desfășurat activitatea pe Instagram, WordPress și Spotify, pentru a oferi informația în formate diverse și accesibile publicului larg. Diversitatea platformelor a asigurat confortul tuturor grupelor de vârstă participante.

Beneficiari

Beneficiarii **directi** ai proiectului sunt femeile cu vârste cuprinse între 14-22 de ani. Făcând la rândul nostru parte din grupul țintă, am încercat să ne afirmăm public gândurile și experiențele și să ne materializăm intenția de a ajuta fetele și femeile din jurul nostru, cel puțin cu suportul moral.

Resurse

Resursele principale la care am făcut apel au fost diferite **platforme digitale** precum Instagram, Mentimeter, Spotify, Wordpress, Jamboar, Zoom acestea facilitând-ne activitatea online.

4. IMPLEMENTARE

Proiectul nostru de Service Learning a avut ca temă principală **feminismul**, alături de subiecte precum **women empowerment**, crearea unui safe-place care să fie la îndemâna fetelor ce fac parte din publicul nostru țintă și inspirații venite din acestiu domeniu.

Activități

Strategia de promovare și de comunicare a început prin crearea identității SHEADS UP. Astfel, contul de Instagram (anexa 1) **@sheds_up** și cu un număr de **320 de urmăritori** a fost principala platformă pe care am utilizat-o pentru a menține contactul cu beneficiarii. De asemenea, începutul proiectului a fost marcat și de realizarea logo-ului și a paletei de culori specifice (anexa 2), dar și de crearea **motto**-ului: „*We pay attention to the girls around us - What about you?*”.

Blogul SHEADS UP (anexa 3) a fost platforma pe care tinerele și-au povestit sentimentele, trăirile, experiențele personale pe care le-au avut cu feminismul, modul în care sunt văzute în societate și cel

prin care ele o văd. Deși inițial am propus atingerea unui număr de 10 articole, în final am reușit să avem doar 5 articole și un interviu, acestea fiind scrise atât de studente din cadrul FSPAC, cât și de o elevă de liceu. Postările au cuprins un interviu două participante în tabăra Girl Up, body positivity, protestele din Polonia, Ziua Internațională a menstruației.

Prima colaborare din cadrul [podcastului SHEADS UP](#) (anexa 4) a fost cu consilierul școlar **Alina Brînză**, unde am discutat despre importanța introducerii educației sexuale în școli, feminismul la noi în țară și impactul psihologic pe care agresiunea o are asupra fetelor din România. Al doilea episod le-a avut în prim-plan pe Bianca Basarabă și pe Bianca Iorgoni, două fete de 16, respectiv 15 ani, cu care am discutat despre feminismul asumat, modul în care ele sunt văzute în liceu și planuri de viitor. Al treilea episod a fost realizat împreună cu **Ada Galeș**, actriță și antreprenoare, cu un impact foarte mare în online-ul românesc datorită postărilor și deschiderii sale în abordarea unor subiecte legate de body positivity sau trăirile interioare. Aceasta a povestit despre discrepanțele de gen din domeniul actoriei sau asocierea numelui său cu un bărbat la prima căutare pe Google.

Webinarul „*The Shape of Feminism*” realizat cu **PhD Andreea Voina** a cuprins discuții despre cum e privit feminismul în România și a avut 34 de participanți. La final a fost lansată o serie de inspirații și recomandări de articole, cărți, filme și seriale pe această temă, venite atât din partea invitatei noastre, cât și a celorlalte fete.

Julia Boca, studentă în anul trei la Wellesley College - cea mai bună facultate de femei din SUA, a fost de responsabilă de un Instagram Takeaway în secțiunea de stories, unde le-a răspuns oamenilor din comunitatea noastră tuturor întrebărilor pe care le-au avut despre experiența ei cu feminismul, cum este viața la facultate în SUA la cel mai mare colegiu de femei și care sunt persoanele care o inspiră în mișcarea feministă.

În aproape fiecare zi de luni, de când a început perioada de promovare și de implementare, am urcat pe contul nostru de Instagram o serie de **postări** cu femei din toată lumea care ar putea reprezenta o inspirație pentru toate tinerele, activiste în această mișcare sau nu. Acestea erau postate sub hashtagul **#mondayinspiration** și făceau referire la acțiuni ce au marcat fetele de pe glob, performanțe academice, filme sau cărți.

Întrucât am încercat să ne inspirăm și să învățăm și de la femeile din jurul nostru, am promovat pe contul nostru de Instagram, prin mai multe serii de postări pe stories, o parte dintre organizațiile care au același scop și misiune ca a noastră: Centrul Filia, Iele Sânzienne, Hey_Pisi, Girl Up Romania.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluare finală și sistematizare

O1: Deși nu am ajuns la un număr atât de mare de persoane care să scrie un articol pe blogul nostru, suntem mulțumite de interactivitatea echipei cu publicul țintă, unele dintre participantele de la activități având curajul de a publica pe blog și de a-și expune povestea.

O2: Prin intermediul activităților noastre, cât și a articolelor postate pe blog, am observat, prin repostarea acestora, că urmăritorii noștri le-a făcut plăcere să citească materialele. Același a fost cazul și podcastului, care s-a bucurat de popularitate în rândul tinerelor.

O3: Numărul de urmăritor pe Instagram (320) și numărului de aprecieri al postărilor au determinat atingerea ultimului obiectiv propus.

Impact

Încredere, curiozitate, aptitudinile de comunicare, lucrul în echipa, iar lista de beneficii, acumulate în urma acestui proiect, poate continua. Prin SHEADS UP am realizat că **nu suntem singurele** persoane care se confruntă cu probleme precum abuzuri, hărțuire sau limitarea opiniei într-o țară în care egalitatea între sexe este una prezentă în legislație. Totodată, am reușit să ne **îmbunătățim abilitățile creative**, de design și redacție, dar și de înregistrare și editare..

Dificultăți

La finalul proiectului, uitându-ne retrospectiv, putem spune că unul dintre cele mai mari dificultăți a fost faptul că nu am putut să ne cunoaștem urmăritoarele într-un mediu departe de un ecran. Acest aspect poate a facilitat procesul de comunicare a unor detalii sensibile din viețile fetelor care ne-au susținut, însă considerăm că prezența în carne și oase a unei persoane care înțelege prin ce stări emoționale ai trecut/treci ar fi avut un impact mai mare.

Aducând în discuție perspectiva echipei despre viitor, în ciuda faptului că proiectul a luat sfârșit, identitatea și comunitatea creată vor continua să fie active și să împărtășească gânduri, experiențe, trăiri. Este important să rămânem vocale despre acest subiect, întrucât realitatea nu este una favorabilă pentru femei care, din

păcate, să află pe o poziție inferioară bărbatului. Avem nevoie de feministe pentru a putea combate problemele majore cu care se luptă România precum diferența dintre salariile femeilor comparativ cu cele ale bărbaților, lipsa educației sexuale din școli care ar putea diminua numărul de sarcini printre minore sau faptul că o principală cauză a morții premature a femeilor din România o reprezintă abuzurile violente aplicate de figura masculină cea mai apropiată- tată/soț.

BIBLIOGRAFIE:

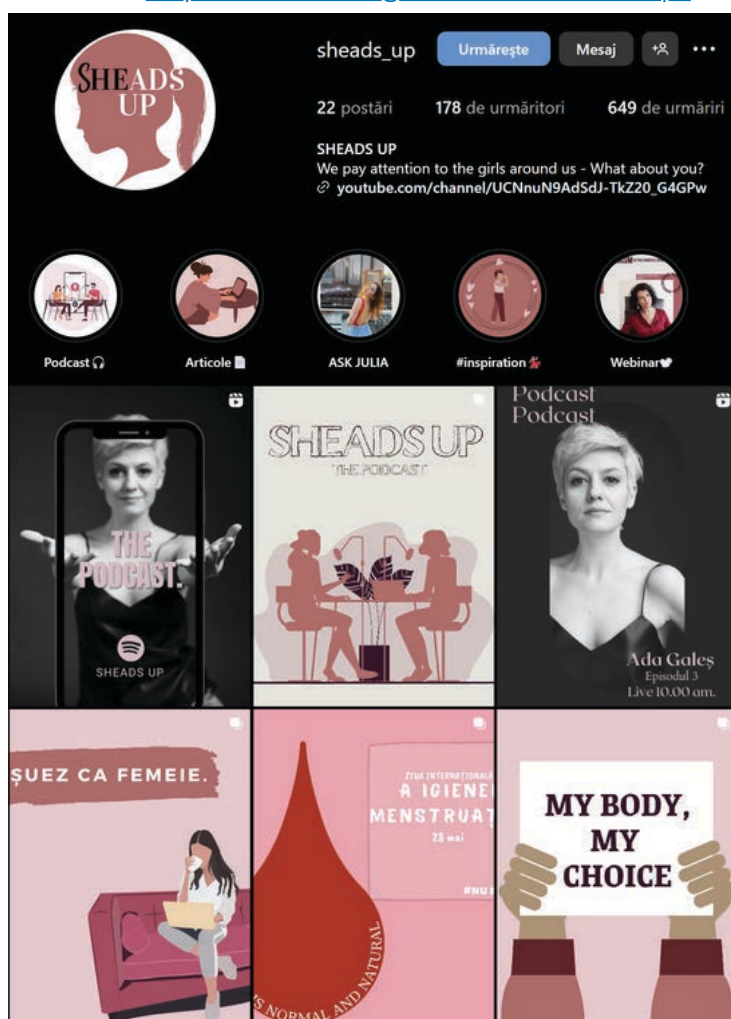
ASISED. (2019, October 15). *Drepturile femeii în România* [ONG]. Asociațiaasised.Wordpress.

<https://asociațiaasised.wordpress.com/2019/10/15/drepturile-femeii-in-romania/>

Trifan, E. (2020). Dezvoltare personală și feminism: O perspectivă sociologică asupra mișcărilor pentru drepturile femeilor în România neoliberală. *Transilvania, 11-12(2020)*: 51-61, 51–61. <https://doi.org/10.51391/trva.2020.12.06>.

ANEXE:

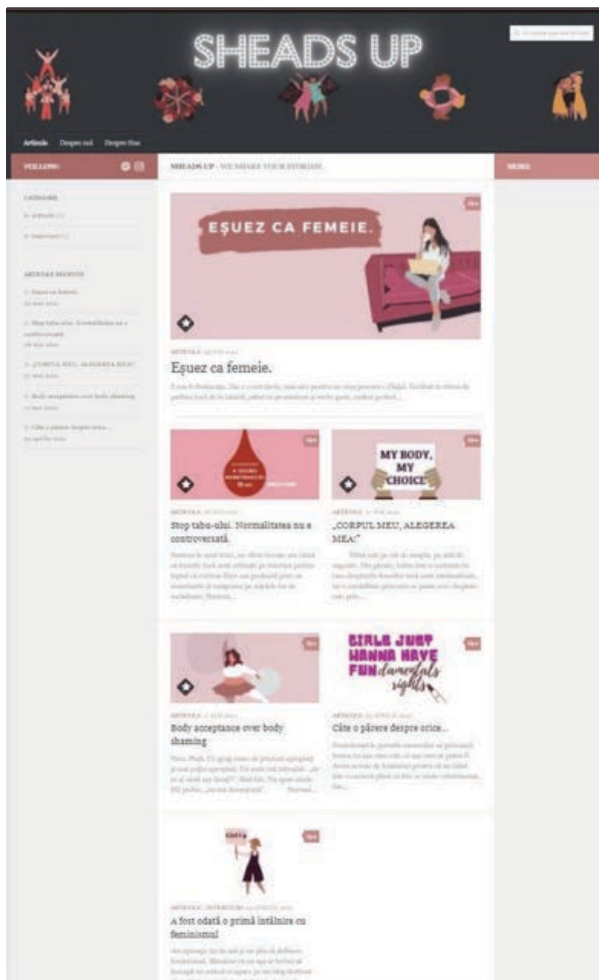
Anexa 1: https://www.instagram.com/sheads_up/



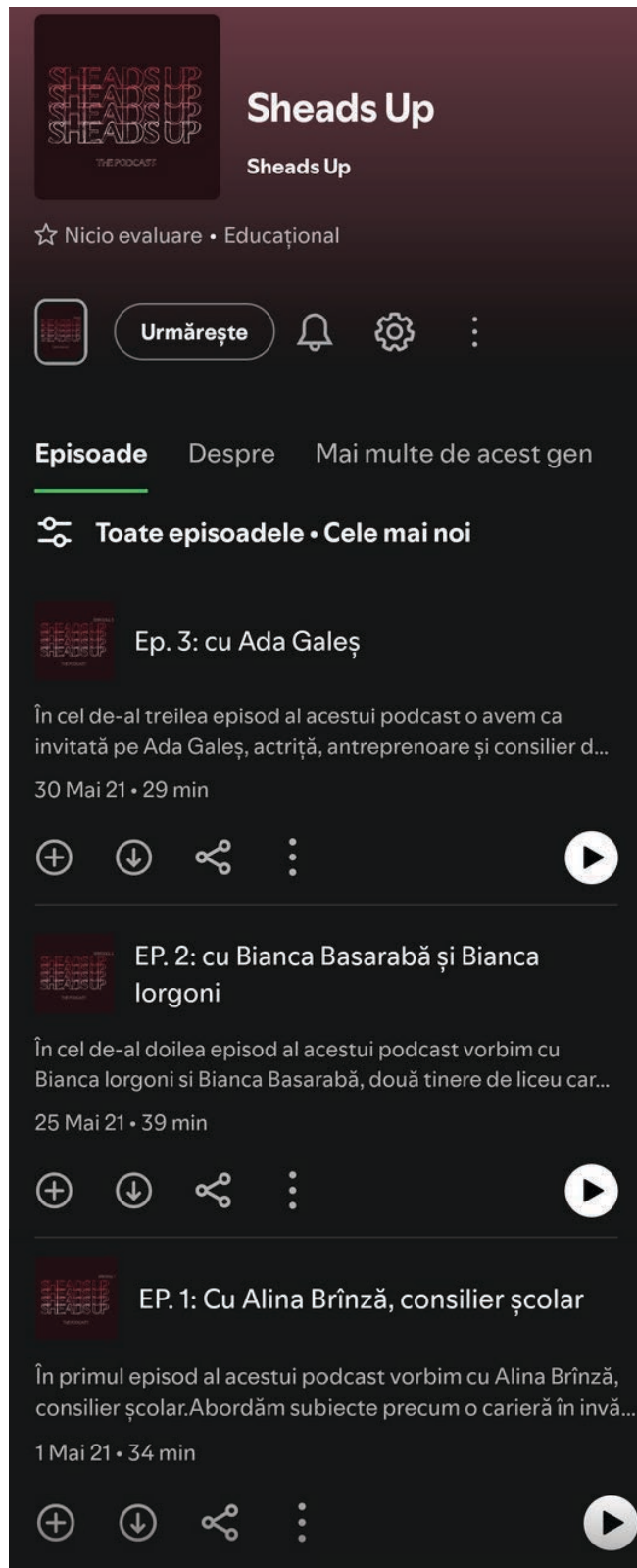
Anexa 2:



Anexa 3:



Anexa 4: <https://open.spotify.com/show/3wpaFXVDmsR8sHE0x01aJz?nd=1&dlsi=08b9248d9e80458c>





8

Mănâncă Românește

CRISTEA LOUISE NICOLE | CZUTKA ALINA-MIHAELA | DAMȘA ALINA-SIMINA | DARIE DIANA-GABRIELA
| DASCĂL ALEXIA

1. MOTIVAȚIA

În viteză cu care se petrec lucrurile în realitatea curentă, oamenii trebuie să se adapteze constant la schimbare. Astfel, poate cel mai reprezentativ exemplu îl reprezintă **producătorii și antreprenorii locali** din industria alimentară prin intermediul cărora rafturile magazinelor sunt ocupate de produse de înaltă calitate. Totuși, aceștia nu se bucură de vizibilitate din varii motive. Prin urmare, proiectul nostru este menit să schimbe asta sau măcar să ofere o mână de ajutor și să îi ajute să ajungă în atenția publicului.

Criza pandemică începută în 2020 a dus la un **declin economic**, afectând puternic micile afaceri. Astfel, principalele noastre preocupări au fost să creăm conexiuni între antreprenori și comunitate, să încurajăm comunitatea să își îndrepte comportamentul de consum spre produse naturale puse la dispoziție de producători locali și să creștem notorietatea antreprenorilor locali pe care îi vom promova. Motivația personală a venit din dorința de a ne îmbunătăți abilitățile de viitori specialiști în comunicare și relații publice, dorința de dezvoltare a unei gândirii critice și îmbunătățirea și eficientizarea modului de lucru în echipă.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

Reforma agrară din 1945 a reprezentat o **capcană** pentru țărani și o lipsă pentru oameni, deoarece aproape toate produsele locale erau trimise la export. Prin **colectivizare**, producătorii și țăranii și-au pierdut pământurile pe care le munceau. Perioada dificilă a culminat cu raționalizarea mâncării până la căderea regimului comunist din 1989. Această frustrare a dus la adoptarea unei atitudini consumeriste exagerate și la îndreptarea comportamentului spre **supermarketuri**, pentru a procura râvnitele produse care se găseau cu greu în România. În prezent, numărul supermarketurilor din orașe continuă să crească, lucru care facilitează cumpărarea alimentelor de import în defavoarea celor locale.

În contextul actual pandemia ne-a supus unei perioade de carantină generală, ce a forțat persoanele să-și desfășoare activitatea la domiciliu, ocaziile de schimbare comportamentală de consum în cazul produselor alimentare scăzând. Un studiu realizat de Foodwise Marketing, pe un eșantion de 1683 persoane, relatează

că supermarketurile sunt alegerea favorită a 70% din români în materie de cumpărături, urmate de hipermarketuri cu un procent de 57% și magazine ale antreprenorilor locali, cu un procent de 35% (Andriescu, 2020). **O treime dintre români** optează, la capitolul alimentației, pentru bunurile micilor producători locali, în timp ce pentru 42.54% din respondenți originea alimentelor nu are importanță deosebită (Cristina, 2020).

Contextul **social** este un alt factor care împiedică buna funcționare și dezvoltare a producțiilor și afacerilor locale, reclamele televizate sau online, și revistele promovând cu preponderență supermarketurilor. Din cauza polarizării supermarketurilor, economia locală suferă, profitul survenit în urma lor nefiind investit în comunitate. Un studiu realizat de către Silvia Lucian, fondatoarea agenției IZI Data, arată că 35% dintre românii din mediul urban cumpără mai des de la producătorii români, iar 26% declară că mănâncă mult mai sănătos. De asemenea, studiul include și cifrele de vânzări ale „Nord Natural”, „Roade și Merinde”, „Nod Verde” și „Cumsecade”, patru food huburi ce susțin producătorii locali. Un alt studiu realizat de IZI Data arată că la începutul pandemiei, adică la începutul anului 2020, doar 19% dintre români achiziționau din online produse de la consumatorii locali, la un an distanță procentul înregistrând o creștere bruscă și atingând 36 de procente (Matei, 2020). Toate afacerile au suferit în pandemie, dar afacerile mici au suferit cea mai mare lovitură – „Sectoarele mai puțin active și în care se observă o scădere de peste 50% sunt din domeniile agricultură, silvicultură și pescuit (7947 firme)” (Rowin, 2020).

Identificare a nevoilor

Principala nevoie identificată este **necesitatea de promovare și expunere** pe rețelele de socializare, astfel încât să își creeze o comunitate de consumatori loiali. Totodată, considerăm că formarea unor relații de **întrajutorare** și nu de competiție între producătorii locali este o nevoie reală, aceștia fiind nevoiți să se organizeze pe cont propriu pentru a putea concura cu supermarketurile aprovizionate cu produse din import.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. *Desfășurarea unei campanii de promovare online a producătorilor locali timp de 6 săptămâni pentru a intra în atenția publicului și pentru a crește rata conștientizării calității produselor locale.*

- ✓ 2. Creșterea vânzărilor cu 2% a produselor oferite de către afacerile locale colaboratoare.
- ✓ 3. Creșterea gradului de conștientizare în rândul comunității din care provenim în ceea ce privește calitatea produselor locale

Beneficiarii **directi** ai proiectului sunt afacerile partenere cu sediile în Zalău, Alba-Iulia, Cluj, Petroșani și Vatra Dornei. Afacerile partenere sunt după cum urmează:

- Brandul Călimani din Neagra Șarului, Vatra-Dornei – înființat de Adrian Crucianu și se ocupă cu procesarea laptelui
- Coloana Center, Vatra Dornei – înființat de Grigore Prună și presupune magazin alimentar cu produse lactate și carne de la producători locali denumit Bucovina Market, un depozit de alimente, magazine de materiale de construcții, decorațiuni interioare, mobilier, covoare, perdele și haine
- Yummy, Petroșani
- Zazu, Petroșani
- Dexi Fish, Alba Iulia
- Daniel Danciu, producător de legume-fructe

Beneficiari

Beneficiarii **indirecti** ai proiectului este publicul țintă, respectiv consumatorii afacerilor partenere. Acesta este variat, cuprinzând atât populația tânără cu vârsta cuprinsă între 19 și 25 de ani, cât și populația de vârstă a doua cu vârste între 30 și 50 de ani/

Activitățile propuse sunt organizate pentru a ne susține atingerea obiectivelor propuse:

1. Realizarea unor **materiale media** cu conținut informațional despre povestea din spatele afacerii și direcția afacerii, produsele oferite, provocările antreprenoriatului și a schimbărilor aduse de Covid-19.
2. Un **challenge** ce implică participarea activă a comunității, prin **achiziționarea** unui produs alimentar favorit și prezentarea lui pe rețelele de socializare.
3. Un **challenge** ce redă **utilizarea** într-un preparat al produsului achiziționat, care urmează să fie urcat pe rețelele de socializare, promovând astfel momentele petrecute cu cei tragi, gătitul acasă și folosirea unor produse naturale.
4. Un **webinar** ce are ca invitați specialiști din domeniul alimentar și antreprenori.

Dificultăți

Dificultățile pe care le-am identificat au inclus **reticența** față de nou și lipsa de timp pentru implicarea unor producătorilor locali, **comunicarea deficitară** între antreprenori și comunitate,

comoditatea consumatorilor de a apela la varianta mai ușoară de a-și face cumpărăturile din supermarket-uri și **lipsa de informare** în legătură cu avantajele de a cumpăra local.

4. IMPLEMENTAREA

Activități **Campania de promovare** a producătorilor și antreprenorilor locali s-a desfășurat în mediul online pe Facebook și Instagram sub numele „*Mănâncă românește*” (anexa 1). Ulterior am demarat o **campanie de informare** prin care publicul a învățat despre comportamentul de cumpărare al românilor și media de dezvoltare a antreprenoriatului în România (anexa 2).

Am decis că avem nevoie să cunoaștem amănunțit partenerii pentru a-i putea promova autentic, în acest sens concepând un ghid de interviu. Prin intermediul acestora am aflat poveștile afacerilor, ce înseamnă să faci antreprenoriat în România, posibile obstacole, strategii de marketing. Totodată, am vizitat fiecare dintre firmele partenerilor noștri și am degustat produsele lor pentru a ne asigura de calitatea proiectului.

Pentru a-i menține pe beneficiarii indirecti aproape și pentru a-i convinge să se îndrepte spre producătorii și antreprenorii locali când vine vorba de alimente am organizat activități pe social media. Postările realizate în **colaborare** (anexa 3) cu noi erau apoi repostate pe pagina noastră pentru a promova inițiativa. Totodată, mesajul nostru către comunitate a fost redat și într-un articol publicat în presa locală din Vatra Dornei.

Webinarul a fost organizat în colaborare cu Asociația Ecoturism Țara Dornelor reprezentată de Monica David (specialist PR), Andrei Chirilă (președintele al asociației, producător local și bucătar) și Maricica Cazimirciuc (manager destinație de turism) și a înregistrat un număr de 30 de participanți. Ulterior, asociația ne-a invitat ca voluntare la un EcoBrunch pentru a ne putea promova proiectul. Totodată, promovarea a venit și din partea postului Radio Orion Vatra Dornei.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluare finală și sistematizare

În urma desfășurării proiectului cele trei obiective propuse au fost îndeplinite complet. Astfel, ne declarăm mulțumite de modul de operare al echipei și de obiectivele de învățare atinse împreună. În aceste săptămâni am reușit să descoperim un potențial ascuns al economiei României. În același timp, considerăm că a fost un prilej

să ne dezvoltăm abilitățile de comunicare, luare a deciziilor, coordonare și organizare, dar și de utilizare a timpului.

Feedback-ul primit atât din partea producătorilor locali, cât și din partea colegilor de facultate, a fost unul pozitiv, de apreciere și admirație. Producătorii locali au fost plăcut surprinși să vadă implicarea unor tineri în promovarea afacerilor locale și ne-au încurajat să continuăm inițiativa. De asemenea, toți producătorii locali au ținut să menționeze recunoștința față de proiectul coordonat, aceștia considerând proiectul nostru un real ajutor în demersul afacerilor lor.

Impact Impactul campaniei a crescut direct proporțional cu timpul și acțiunile întreprinse de echipa @mănâncăromânește cât și cu implicarea beneficiarilor indirecti. Proiectul ne-a ajutat să ne dăm seama de interesul scăzut al tinerilor cu privire la producția locală românească, lucru pe care am vrea să-l schimbăm.

Pe plan personal am fost încântate să descoperim ce înseamnă antreprenoriatul într-o comunitate mică, cum poți ajunge la oameni cu produsul tău și multe altele împărtășite din experiența proprie a unor producători și antreprenori locali în cadrul webinarului nostru. De asemenea, impactul campaniei s-a manifestat pozitiv și asupra beneficiarilor direcți aceștia simțind apreciere a muncii lor asidue.

BIBLIOGRAFIE:

Andriescu, V. (2020, October 12). *Studiu: 35% din români se uită în special către micii producători români* [Știri]. Start-up.Ro. <https://start-up.ro/studiu-35-din-romani-se-uita-in-special-catre-micii-producatori-romani/>

Cristina. (2020). *Obiceiurile de consum ale românilor, în pandemie'* [2020]. Foodwise Marketing. <https://www.foodwise.marketing/obiceiurile-de-consum-ale-romanilor-in-pandemie-studiu-foodwise-marketing-la-10-ani-de-activitate-in-romania/>

Matei, A. (2020, August 18). *Studiu: Vânzările micilor producători locali, în creștere: Ponderea românilor din orașe care au cumpărat alimente de la producători locali aproape s-a dublat în pandemie* [Știri]. Ziarul Financiar. <https://www.zf.ro/companii/retail-agrobusiness/studiu-vanzarile-micilor-producatori-locali-in-crestere-ponderea-19509805>

Rowin. (2020). *Studiu asupra antreprenoriatului în România*. ImpactHUB. <https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/Studiu-ROWIN-12sept.pdf>

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:



Anexa 3:





9

Our Safe Place

PAȚA COSMINA-PETRONELA | PAVELESCU MANUEL | PÎLȘU DENISA-ANDREEA | PÎSLARIU DENISA

1. MOTIVAȚIA

Din păcate, cu toate măștile de protecție și dezinfectanții folosiți, am uitat să avem grijă de sănătatea noastră psihică. În acest an, milioane de adolescenți și-au petrecut ultimul an de liceu între cei patru pereți ai dormitorului, în fața unui monitor, și aproape la fel de mulți au păstrat tabloul trist și în primul an de facultate. Pentru aceia dintre noi care am avut ghinionul acesta, anul 2020 a fost unul copleșitor. Am fost învățați de mici să așteptăm acest moment cu sufletul la gură: terminarea liceului și începerea vieții de adult la facultate. În prezent, ar trebui să ne uităm cu nostalgie la acel moment plin de flori și lacrimi din partea părinților și profesorilor. Însă, din păcate, acel moment nu există în memoria generației de liceeni 2016–2020. La fel se poate spune și despre emoția primei zile ca student.

Motivația pentru această temă provine tocmai din experiența noastră personală. Când noi ne aflăm în anul terminal de liceu, ne pregăteam pentru unul dintre cele mai grele examene din viața noastră. Odată aflați pe drumul cel bun, pregătiți să înfruntăm provocarea studenției, totul s-a năruit, iar apoi a intervenit nesiguranța, lipsa socializării, stresul — atât exterior, cât și cel interior. Totul era derutant. Ne-am gândit, astfel, ce ne-ar fi ajutat pe noi, ce ne-ar fi clarificat situația și ce ne-ar fi putut motiva. Astfel, am ajuns la concluzia că aveam nevoie doar de un loc sigur, unde puteam să ne împărtășim opiniile, să observăm că există persoane în aceeași situație și că nu e totul pierdut. **O să devenim pentru oameni ceea ce noi am avut nevoie.**

Motivele pentru care participanții se implică în acest proiect sunt următoarele: pot considera acest proiect ca fiind un **sprijin**, un mod prin care se pot apropia de niște studenți pentru a afla ce înseamnă viața de student în pandemie, dar și de alte persoane; să formeze împreună cu noi un grup suport ce ne va permite să organizăm activități interactive și folositoare. Cu toții am simțit nevoia de a fi înțeleși și de a aparține unui grup în această perioadă. Pe lângă beneficiarii direcți, credem că bunicii și părinții ar fi mai mult decât încântați să-și vadă nepoții, respectiv copiii, că trec mai ușor peste această perioadă grea.

2. DIAGNOSTIC

Din cauza faptului că pandemia reprezintă o experiență nouă și misterioasă, atât pentru noi, cât și pentru oamenii de știință,

incertitudinea și frica au atins cote maxime.

În România, decizia suspendării activităților didactice a fost luată la mijlocul lunii martie. Inițial, suspendarea a fost anunțată pe o perioadă de „*două săptămâni*”, dar s-a extins la mai bine de un an. Universitățile și școlile au luat măsuri intense pentru a preveni și proteja studenții și membrii conducerii de acest virus periculos, fiind anulate toate evenimentele culturale.

Descrierea problemei

Activitățile s-au mutat, astfel, în **online**. Dar ce efect au avut aceste evenimente asupra studenților și sănătății lor mintale? Conform Aziz Essadek și Thomas Rabeyron (2020), s-a ajuns la concluzia că **nivelul depresiei**, anxietății și stresului a întrecut normele înregistrate în anii anteriori. Alți studenți au declarat că au avut probleme cu **concentrarea**, iar o parte dintre ei au spus că au ajuns la autovătămare sau au avut gânduri suicidale. Majoritatea au declarat că ar fi avut nevoie de consiliere psihologică sau că aceasta i-ar fi ajutat.

O altă problemă semnalată de specialiștii de la Gifu University, Japonia, este reprezentată de faptul că studenții de anul 1, în **lipsa interacțiunii** directe cu membrii universității, sunt mult mai distanțați de facultate și de dorința de a învăța mai mult. Efectele negative produse de distanțarea socială și lipsa interacțiunii umane și-au pus puternic amprenta asupra sănătății psihice a tinerilor. Mai mult de jumătate dintre studenți au mărturisit că nivelurile de **productivitate** și **motivație** au scăzut mult odată cu mutarea activităților didactice în mediul online (Fodor, Horea, Teger & Zahut, n.d., p. 7).

Identificarea nevoilor

O principală nevoie pe care noi o vizăm este **comunicarea**, dar și nevoia de **consiliere**, adaptare și integrare. Prin intermediul acestor întâlniri, webinarii și study-session-uri, putem remedia aceste nevoi. Vom sta la dispoziția participanților și vom încerca să formăm o legătură reală cu aceștia, cu scopul unei comunicări eficiente. Desigur, știind că tinerii se confruntă cu diverse alte probleme, vom încerca să cuprindem cât mai multe dintre acestea în întâlnirile noastre, inclusiv consilierea în carieră.

Dorim un impact real, cu un target realist de 30 de persoane din clasa a 12-a sau din primul an de facultate din Cluj.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLĂNUIREA PROIECTULUI

Obiective În urma experienței personale, am concluzionat că, prin oportunitatea oferită de acest proiect, putem să-i ajutăm pe cei care trec prin aceleași experiențe ca noi. Așadar, pentru a înțelege mai bine situația proiectului nostru, am realizat o **analiză SMART** a acestuia, care se transpune în următoarele obiective:

- ✓ 1. **diminuarea** sentimentelor de anxietate ale adolescenților;
- ✓ 2. crearea unui **spațiu** pe care aceștia îl pot considera sigur pentru a-și împărtăși trăirile și sentimentele;
- ✓ 3. realizarea unor **conexiuni** sociale, legarea unor prietenii;
- ✓ 4. creșterea nivelului de **conștientizare** pentru anumite probleme și soluții prin canalele de comunicare disponibile.

Beneficiari Beneficiarii proiectului nostru sunt **tinerii** între 17 și 21 de ani, din mediul urban și rural, care au nevoie de ajutor pentru a-și înțelege mai bine sentimentele, dar și pentru a face față nivelului crescut de stres și anxietate. Pentru început, estimăm un număr de 30 de beneficiari **directi** (elevi și studenți), dar și 50 de beneficiari **indirecti** (părinți și bunici). Pentru a intra în contact cu aceștia, planuim să realizăm o serie de formulare de participare la evenimentele organizate și distribuirea acestora pe grupurile claselor și liceelor, dar și pe grupurile facultăților din România.

Activități Pentru a ne atinge scopul, am planuit o listă de activități pentru beneficiari, cum ar fi **sesiuni** de grup-suport, **webinarii**, **study sessions**. **Sesiunile de grup-suport** – vor fi anonime, iar beneficiarii vor participa la activități ce au ca scop scăderea nivelului de stres și creșterea nivelului de socializare, crearea unui spațiu potrivit și sigur pentru persoanele ce se confruntă cu diferite stări negative. **Webinarii** – Aceste evenimente vor avea loc sub îndrumarea unui psiholog, care ne va explica sentimentele și problemele trăite din punct de vedere științific, dar și cum putem trece mai ușor peste ele. Aceste activități se vor desfășura sub forma unui interviu, cu întrebări din partea participanților. **Study sessions** – Activitățile sunt destinate celor din ani terminali (și nu numai), cu scopul de a le oferi sprijin și motivație. Vom crea și un drive comun unde vor putea face schimb de materiale școlare, aplicații mobile ce servesc ca instrumente pentru a facilita învățatul și sfaturi pentru a învăța mai ușor. Pe lângă activitățile propriu-zise, vom realiza o **campanie de conștientizare** pe Facebook și Instagram, cu scopul de a oferi ajutor tuturor celor care intră în contact cu proiectul nostru.

Resurse	Resursele sunt dispozitivele folosite, platformele utilizate, rețelele de socializare , timpul investit de echipă, specialiști și participanți .
Parteneri	Pentru realizarea evenimentelor planuite, vom avea nevoie de prezența unor psihologi sau persoane avizate , pentru a primi perspectiva unui specialist în privința temelor abordate de noi. Aceștia vor fi invitați speciali în cadrul webinarilor organizate. Activitățile desfășurate vor fi de două feluri: interviuri și întâlniri (grupuri suport, study session). De asemenea, vom folosi informațiile oferite de diferite cercetări și experimente realizate de specialiști în domeniu, dar și propriile experiențe.

4. IMPLEMENTAREA

Activități	<p>Obiectivele noastre au constat în a oferi ajutor și consiliere tinerilor care se confruntă cu problemele menționate anterior, crearea unui spațiu sigur pentru tineri, unde aceștia pot găsi confortul și motivația de care au nevoie.</p> <p>Astfel, am creat paginile de social media pentru proiectul nostru. În cadrul proiectului au avut loc 3 întâlniri cu beneficiarii. Prima întâlnire a fost un webinar (anexa 1), unde am avut drept invitat special un psiholog specialist. Subiectele de discuție abordate au fost: sentimentele de confuzie, frustrare, nesiguranță, motivația și responsabilitatea, schimbările din mediul academic etc., urmând apoi o sesiune de întrebări din partea participanților. A doua întâlnire a constat într-un Study Session pe platforma Discord. Participanții au beneficiat și de „camere” separate, destinate diferitelor materii, unde se puteau ajuta reciproc în cazurile în care era nevoie. A treia întâlnire a fost tot un webinar (anexa 2), unde un psiholog a discutat cu participanții despre productivitate, anxietate și relații, răspunzând, ulterior, la întrebările acestora.</p> <p>Comunicarea cu beneficiarii și comunitatea a avut loc, în mare parte, pe rețelele de socializare Instagram și Facebook, pe platforma Zoom, în cadrul webinarilor susținute, și pe Discord. Singura dificultate întâmpinată a fost absența răspunsurilor din partea persoanelor invitate să țină prezentări în cadrul webinarilor noastre.</p>
-------------------	--

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Impact	În privința obiectivelor inițiale, putem afirma că am îndeplinit ceea ce ne-am propus, deoarece am creat o comunitate pentru tinerii din România care întâmpină probleme precum anxietate, depresie,
---------------	--

Evaluare finală și sistematizare

stres personal și/sau academic — un spațiu în care se pot simți în siguranță și unde găsesc ajutorul de care au nevoie.

Au fost create conexiuni interpersonale și am reușit să ne păstrăm același public fidel de aproximativ 30 de persoane în cadrul întâlnirilor. Am postat pe paginile de social media materiale informative legate de subiectele menționate anterior.

Mai mult, datorită întâlnirilor pe care le-am organizat, participanții au primit răspunsuri la întrebările lor și sfaturi pentru diverse probleme. Study session-ul pe care l-am plănuțit ar fi trebuit să se desfășoare față în față, însă, în contextul pandemiei, acest lucru nu a fost posibil. Totuși, acest aspect nu ne-a oprit să construim un spațiu prielnic pentru studiu. Participanții s-au ajutat reciproc, într-un mediu fără distrageri.

În urma activităților desfășurate, studenții au înțeles mai bine de ce tind să aibă anumite reacții și comportamente la evenimentele din viața lor și au învățat cum să treacă peste anumite blocaje comportamentale și au descoperit cum să își accentueze calitățile.

BIBLIOGRAFIE:

Essadek, A., & Rabeyron, T. (2020). *Mental health of French students during the Covid-19 pandemic*. *Journal of Affective Disorders*, 277, 392–393. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.08.042>

Fodor, V., Horea, E., Teger, E., & Zahut, D. (n.d.). *Procrastinarea academică în randul studenților din România cu vârsta cuprinsă între 18 și 22 de ani*. p.7.

Horita, R., Nishio, A., & Yamamoto, M. (2021). *The effect of remote learning on the mental health of first year university students in Japan*. *Psychiatry Research*, 295.

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:





10

Suflete În Formație

SABIE DENISA-SÎNZIANA | SANDOR TEODORA | SÎNMIHĂIAN RALUCA-OANA | ȘOIMUȘAN SIMONA-ANAMARIA

1. MOTIVAȚIA

Dornice și hotărâte încă de la început să lucrăm cu grupuri de oameni defavorizați, am ajuns la comun acord că situațiile copiilor orfani sunt printre cazurile cele mai triste în România. Observând o lipsă de interes ridicată în legătură cu rata crescândă de **copii** lăsați în grija **orfelinatelor** și în legătură cu bunăstarea lor, am decis să profităm de oportunitatea acestui proiect prin a aduce câteva zâmbete sincere pe buzele copilașilor. Ne dorim să facem o schimbare în inimile copiilor, vrem să îi ajutăm, să ne simțim unite cu aceștia și să demonstrăm că un suflet abandonat nu este unul pierdut.

Oferind o schimbare de rutină, noi ne dorim să putem ajuta într-o serie de **activități simple**, dar benefice, micii rezidenți. În urma acestora, copiii se vor simți mai conectați cu ei înșiși și cu cei din jur. Intenția noastră este de a petrece timp cu ei, de a îi cunoaște - prin dans. Corpul, mintea și muzica te fac să te miști într-o manieră organică. Vrem să scoatem ce e mai bun din **spiritul de dansator** al acestor copii, să îi ajutăm să înțeleagă câte pot simți și cum contribuie dansul la starea lor de bine. Pe lângă dans, vom gândi anumite activități, care au ca scop gestionarea emoțiilor, cunoașterea și autocunoașterea. De asemenea, aceste activități au rolul de a dezvolta socializarea, creativitatea, de a crește nivelul de stimă de sine și de a da copiilor un sentiment de integritate.

2. DIAGNOSTIC

Conform site-ului impact.pressone.ro, în România sunt **peste 57.000 de copii** aflați în centrele de plasament, dintre care, doar 6% pot fi adoptați.¹ În această perioadă, aceștia au nu învață modalități prin care să își exprime emoțiile sau să învețe despre propria personalitate și despre grupul din care fac parte. De asemenea, un articol de blog de pe republica.ro menționează: „instituționalizați, copiii se pierd în mulțime”. (Dărăbuș, 2020).

De-a lungul timpului, s-a demonstrat faptul că o modalitate eficientă de gestionare a emoțiilor este dansul. În anii 1940, s-a descoperit o formă de terapie, dance movement therapy (DMT), prin care oamenii se exprimă într-un mod mai eficient decât dacă ar folosi cuvinte. Această formă de terapie permite exprimarea mult mai eficientă a emoțiilor decât în cazul altor forme de terapie cunoscute până la acea vreme (Anderson et al., 2014).

Identificarea
nevoilor

Pe lângă beneficiile care constau în exprimarea emoțiilor, **dansul** contribuie și la îmbunătățirea stării fizice și la creșterea stimei de sine. Mai mult, pe site-ul organizației cu care vrem să colaborăm am putut viziona anumite webinarii despre sănătatea mintală a copiilor orfani.

În ceea ce privește **obstacolele** pe care le-am putea întâlni, multe dintre acestea vizează starea pandemică. De asemenea, un alt obstacol pe care l-am putea întâlni este timiditatea copiilor de la centru. În drumul nostru spre înfăptuirea acestui proiect am luat legătura cu Alianța România Fără Orfani care au fost bucuroși să audă propunerea noastră și au acceptat să ne sprijine în special în găsirea de centre de plasament dispuse să colaboreze.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Scop Scopul proiectului nostru a fost descoperirea **autenticității** fiecărui copil orfan prin intermediul dansului și al altor diverse activități.

Obiective

În cadrul proiectului am avut 3 **obiective SMART**:

- ✓ 1. *ajutarea copiilor să își gestioneze mai bine emoțiile și să se cunoască mult mai bine pe ei înșiși;*
- ✓ 2. *formarea unei legături mai strânse între copiii;*
- ✓ 3. *învățarea unei coregrafii de către copii până la finalul proiectului,*

Ne-am propus să avem trei tipuri de activități: **jocuri de autocunoaștere**, de **cunoaștere** și realizarea unui **coregrafii**.

Cele mai importante obiective de învățare au fost: gestionarea bună a emoțiilor, crearea unor legături strânse unii cu alții și creșterea stimei de sine.

Beneficiari Beneficiarii serviciului de solidaritate sunt **copiii** de la Căsuța Bucuriei din Cluj-Napoca. Acest loc este o organizație non-profit, o alternativă a sistemului de îngrijire de stat, care oferă un cămin pentru 10 dintre copiii din acest sistem. Oferă un mediu familial pentru copii, cultivând ideea de responsabilitate și familie și punând accent pe educație.

Resurse Cea mai importantă resursă de care am dispus a fost **timpul**, necesar pentru organizare și implementare. Pe lângă asta, am utilizat și diferite articole și lucrări științifice, dar și materiale pentru jocuri și activități.

Parteneri Partenerii noștri au fost **Căsuța Bucuriei din Cluj-Napoca**, pe care am găsit-o cu ajutorul asociației Alianța România Fără Orfani. Alți parteneri au fost coregraful Gabriel Apetroae, coordonator al

proiectul Project 88. În cadrul proiectului nostru, acesta ne-a ajutat cu realizarea coregrafiei pentru copii. De asemenea, ne-a ajutat și echipa sălii de dans The Hive din Cluj-Napoca cu conceperea unei coregrafii ușor de realizat de către copii. Printre **sponsorii** noștri se regăsesc Daisler Print House, Magic Burger și Elector SRL.

4. IMPLEMENTARE

Din cauza contextului pandemic, care a determinat izolarea centrului pentru două săptămâni, am fost nevoite să amânăm activitățile. Totodată, am realizat și o primă ședință introductivă online. Astfel, a avut loc prima întâlnire cu micii dansatori, pe **Zoom**, la care toți cei 10 copii au fost prezenți de pe un singur laptop și am realizat o activitate de cunoaștere reciprocă, dar și de autocunoaștere. Întâlnirea pe Zoom s-a încheiat cu o sesiune de întrebări din partea copiilor.

Am ordonat activitățile pe **nivel de greutate și relevanță**. Copiii au participat la jocuri care ne-au ajutat atât pe noi să le reținem numele, dar și pe ei să se aprecieze mai mult unii pe alții. În acest sens, am insistat asupra formării unor echipe aleatorii, pentru a-l învăța să fie integri.

O altă activitate este reprezentată de **Dansul Memoriei**, un joc în care am pus la bătaie skill-urile de dans și cele de memorie ale copiilor. I-am aranjat într-un cerc, după care i-am îndemnat să facă o mișcare de dans, pe care următoarea persoană trebuia să o rețină, adăugând mișcarea ei ulterior, și tot așa.

Mai mult, copiii au participat la **jocuri** prin care trebuiau să mimeze diferite emoții, cu scopul de a învăța să identifice anumite stări.

Următoarea activitate a fost Îmbrățișări Muzicale, în care le-am pus copiilor muzică pe fundal și trebuiau să se îmbrățișeze întâi câte doi, după care câte trei, câte patru și tot așa.

De-a lungul zilelor petrecute cu ei, copiii au învățat pas cu pas o **coregrafie**. Astfel, la finalul acestor activități am filmat coregrafia pe care copiii au învățat-o și i-am încurajat să o practice în mai multe feluri, cu scopul de a se distra. La final, le-am oferit **diplome** (vezi anexe) de mici dansatori pentru participarea în cadrul activității noastre și am încheiat totul cu o mare îmbrățișare de grup.

În ceea ce privește **planul de comunicare**, am avut 5 obiective: să învățăm să comunicăm cu copiii care provin dintr-un mediu defavorizat, să fie cunoscută activitatea noastră la nivel local prin articolul de la finalul proiectului, să învățăm să luăm legătura și să comunicăm cu diferite instituții profesionale și ONG-uri și să învățăm să colaborăm. În vederea îndeplinirii acestor obiective, am folosit testimoniale noastre în articol, declarațiile copiilor la finalul proiectului, tricourile cu logoul proiectului, videoclipurile de dans și articolul final. Drept **canale de comunicare**, am folosit gmail, comunicarea telefonică și prin video.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluare finală și sistematizare

Obiectivele noastre principale se bazau pe o înțelegere mai bună a sinelui și a celor din jur, a conștientizării emoțiilor și formarea unor legături mai strânse între acești copii. Din fericire, copiii au fost foarte ascultători și entuziasmați de activitățile pe care le-am propus, reușind astfel să realizăm majoritatea activităților pe care ni le-am propus. În ultima zi am vrut să aflăm și ce părere au avut membrii Căsuței Bucuriei, atât doamnei care are grijă de ei, care ne-a mai urmărit din când în când proiectul cât și copiii.

Am fost bucuroase să auzim din partea celor mici *„Mi-a plăcut ce am făcut împreună și nu pot să aleg ce mi-a plăcut cel mai mult.”*, *„M-am simțit bine, a fost diferit față de ce facem noi aici”*. Am simțit cum prezența noastră cu diverse jocuri i-a bucurat pe copii, aceștia adresându-ne întrebări referitoare la următoarea noastră vizită. Doamna care are grijă de copii a observat cum s-a creat un atașament între noi și copii *„Pe mine, de exemplu, nu mă ascultă, pe voi v-au ascultat.”*

Pe lângă acestea, ne-a spus că mai dorește să continue cu activități de genul acesta, deoarece a văzut o schimbare în copii, devenind mai energici și mai ascultători.

Impact

Am fost surprinse de modul în care aceștia s-au deschis față de noi și au colaborat. O altă surpriză a fost reprezentată de faptul că au învățat dansul foarte rapid, fiind chiar foarte dedicați. Credem că proiectul a avut un impact major asupra copiilor, întrucât, dacă la prima noastră întâlnire, cea de pe Zoom, aceștia se străduiau să spună lucruri pozitive despre ei înșiși, la final erau mult mai încrezători, fiindu-le ușor să numească calități despre ei. De asemenea, copiii au învățat despre emoții, cum să și le exprime mai eficient și cum să fie mai empatici.

Mai mult, cu toate că aceștia se cunoșteau dinainte, copiii declară că se simt și mai apropiați datorită activităților noastre.

În ceea ce privește impactul personal, am învățat să fim mai răbdători, mai empatici și să ne adaptăm modul de comunicare în funcție de receptor. Considerăm că am crescut alături de ei, dezvoltându-ne abilitățile de leadership, organizare, predare, dans, mediere a conflictelor, empatiei și muncii în echipă.

În ceea ce privește impactul asupra comunității, efectele se vor vedea după o perioadă mai lungă de timp. În urma activităților realizate de noi, copiii au învățat multe despre sine, dar și despre ceilalți. Articolul care va urma să fie publicat de **UBB Radio** poate influența și alți oameni să se implice la rândul lor în realizarea de activități asemănătoare.

BIBLIOGRAFIE:

Anderson, A. N., Kennedy, H., DeWitt, P., Anderson, E., & Wamboldt, M. Z. (2014). Dance/movement therapy impacts mood states of adolescents in a psychiatric hospital. *The Arts in Psychotherapy*, 41(3), 257–262. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2014.04.002>

Dărăbuș, Ș. (2020). Viață de orfan. Despre iadul de pe pământ, sau la câte suntem noi primii în Europa. *Republica*. <https://republica.ro/viata-de-orfan-despre-iadul-de-pe-pamant-sau-la-cate-suntem-noi-primii-in-europa>
<https://impact.pressone.ro/statistici/> (nu se poate accesa site-ul)

ANEXE:





11

Comunitatea Profesorilor Moderni

DARII ALEXANDRINA | PÎNTEA CRINA | RACU FELICIA | ZUBATÎI PAULA

1. MOTIVAȚIA

Un proiect de service-learning dedicat cadrelor didactice este o posibilitate imensă de educare a generațiilor vechi de profesori, dar și a celor tinere, în legătură cu oportunitățile pe care le pot oferi noile resurse digitale de învățământ. Datorită condițiilor impuse de noul virus, internetul și social media au devenit indispensabile în viețile noastre, dar, mai ales, a celor ce fac parte din sfera educației.

Observând direct dezolarea și stresul cu care se confruntă profesorii din cauza trecerii bruște a învățământului în zona online, fiecare membru al echipei s-a implicat în ideea de proiect comunitar cu genericul **T4T**, respectiv, **Trainings 4 Teachers**, care este rezultatul cumulat a mai multor dezbateri și analize retrospective.

Necesitatea realizării acestui proiect are la bază următoarele justificări:

- 1. Lipsa competențelor digitale ale profesorilor;*
- 2. Lipsa metodelor interactive de învățare;*
- 3. Lipsa unor cursuri comprehensive pentru profesori de pregătire pentru predare în sfera digitală.*

Dorim ca la final să reușim să creăm o comunitate a profesorilor, care ține pasul cu schimbările, care doresc să-și dezvolte competențele digitale, dar și să devină un pilon de sprijin pentru colegii de breaslă. De asemenea, avem și scopul de a ajuta cadrele didactice să cunoască lumea digitală, de a se familiariza cu instrumentele de lucru și de a le oferi posibilitatea să se simtă confortabili în mediul online.

Beneficiarii pe care îi avem în vizor sunt profesorii, care formează o categorie de persoane vârste diferite, dar unite pentru același scop. Cadrele didactice din comunitatea T4T (Profesorii Moderni) provin atât din mediul rural, cât și urban, cu un stil de viață alert și în continuă schimbare.

2. DIAGNOSTIC

În toiul unei lupte dintre opoziție și deputații corupți, pandemia a fost un alt factor care a destabilizat situația politică, socială și economică a Republicii Moldova. Pandemia a lovit, în primul rând, Ministerul Educației. Atât cadrelor didactice, cât elevilor și părinților le este dificil în această perioadă incertă. Conform raportului

Descrierea problemei

United Nations Moldova: „*Învățarea la distanță reprezintă o provocare din punct de vedere al organizării și gestionării timpului, elemente greu de controlat pentru elevi, dar și pentru profesori.*” Un studiu efectuat de aceștia, susține că odată cu închiderea instituțiilor de învățământ, mai mult de 10% din pedagogii Republicii Moldova au fost afectați, având drept rezultat suspendarea orelor și deci, în consecință, creșterea unei generații dezinformate.

Din perspectiva profesorilor, trecerea în online a coincis cu mai multe provocări: „*Profesorii s-au confruntat cu problema colectării temelor pentru acasă și revizuirea progresului prin platformele descentralizate. Au folosit chat-urile individuale pentru a distribui conținutul, ceea ce a făcut procesul și mai confuz pentru toți cei implicați.*”

Problema **nepregătirii** cadrelor didactice pentru tranziția la predarea lecțiilor online este o problemă reală și conform primelor estimări, aceasta se reflectă asupra a 18000 de elevi și a 3000 de cadre didactice, însă, în realitate, cifrele ar fi mult mai mari.

Este necesară adaptarea rapidă la realitatea virtuală în care trăim, pentru a susține atât învățământul, cât și sănătatea psihică a elevilor și a cadrelor didactice.

Identificarea nevoilor

De altfel, ancheta sociologică efectuată de noi în incipitul acestei cercetări, prin intermediul chestionarului, arată și că aceștia sunt dornici să învețe și să aplice noile aptitudini pentru a soluționa problema. Un chestionar realizat de noi și aplicat pe trei instituții de învățământ, arată că **24%** din profesori se află la prima lor experiență de predare online, iar, mai mult de jumătate au o experiență medie în predarea online. Peste **70%** din profesori văd predarea online drept un obstacol.

Fiind întrebați dacă vor participa la un training gratuit de dezvoltare a competențelor digitale, mai mult de **90%** au afirmat că da, având drept argumente: necesitatea de adaptare la noile condiții ale vieții, lipsa de informare și pregătire a profesorilor în sfera digitală, importanța majoră a susținerii profesorilor, atât moral, cât și material și dorința de dezvoltare personală.

Dificultăți

Principalele obstacole în calea realizării acestui proiect sunt reprezentate de **timpul** limitat al participanților și dificultatea de a **interacționa** cu aceștia.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. Organizarea unor **training-uri** prin care profesorii să poată învăța cum să utilizeze diverse aplicații necesare pentru predarea online;
- ✓ 2. Crearea unei **pagini** de Facebook prin care oamenii pot afla mai multe despre comunitatea noastră, unde pot urmări activitatea și pot deveni membrii comunității;
- ✓ 3. Crearea unui **grup** în care vom posta sistematic informații despre resurse digitale, utile procesului de predare online și offline;
- ✓ 4. **Repartizarea** participanților în grupuri de training online și offline;
- ✓ 5. **Informarea** participanților prin e-mail-uri și SMS-uri personalizate despre detaliile organizatorice ale training-urilor;
- ✓ 6. Crearea **postărilor** sistematice despre diverse aplicații, resurse și conținut motivațional.

Obiectivele de învățare ale proiectului se rezumă la deprinderea **informațiilor teoretice** și aplicarea acestora într-o formă practică prin instrumente digitale educaționale, care pot fi accesate în mediul online și offline.

Parteneri

Partenerii instituționali ai proiectului T4T au fost următoarele licee: Liceul Teoretic Sireți, Liceul Teoretic "Olimp" și Liceul Teoretic "Dimitrie Cantemir".

Resurse

Resursele pe care le vom utiliza în acest proiect sunt în totalitate realizate de noi. Astfel, dispunem atât de **prezentări** ilustrative creării și gestionării aplicațiilor din platforma Google Suite, cât și ale aplicațiilor educaționale opționale. Unica resursă fizică de care dispunem din exterior este o **sală de clasă** dotată cu calculatoare și televizor pentru predarea cursurilor offline.

4. IMPLEMENTAREA

Activități

Proiectul T4T va debuta cu o serie de activități prin care participanții noștri descoperă mediul online. Participanții vor participa la cursul „**Bazele G-Suite**”, care conține 6 **traininguri** prin intermediul cărora aceștia vor învăța, pas cu pas, cum se utilizează următoarele aplicații: **Google Documente**, **Google Drive**, **Google Prezentări**, **Google Foi de calcul**, **Formulare Google**, **Google Meet** și **Classroom**. Astfel, participanții au avut parte atât de informații teoretice, cât și de practică. Participanții cursului „Bazele G-Suite” au fost răsplățiți pentru munca depusă printr-o diplomă de participare. Pentru grupele online, diplomele au fost distribuite prin e-mail, fiind însoțite de un mesaj de felicitare.

Între cele 2 săptămâni de traininguri va exista un alt interval de 2 săptămâni în care, pe grupul de pe Facebook, „Profesorii Moderni”, vor fi publicate **postări motivaționale**, noi resurse, postări cu utilizarea explicită a aplicațiilor prin format video/audio, poster sau PDF a mai multor aplicații precum: Kahoot, Mentimeter, ASQ.ro, etc. și desigur, vom încerca să organizăm sesiuni live de tip Q&A, pentru a răspunde la neclaritățile apărute în privința utilizării unor aplicații.

În aceste 2 săptămâni vom **comunica online** cu participanții noștri, și totodată vom crea oportunitatea de crea conexiuni și legături între ei, astfel încât să se ajungă la un sprijin reciproc.

În mediul online vor fi organizate întâlniri pe platforma Google Meet, iar în mediul offline se vor organiza cursuri de competențe digitale în incinta Liceului Teoretic din Sireți, Republica Moldova.

5. FINALIZAREA ȘI MULTIPLICAREA

Datorită proiectului au fost acumulate cunoștințe atât de către beneficiarii proiectului, cât și de către noi, organizatorii, deoarece ne-am perfecționat abilitățile de predare în mediul online odată cu participanții.

Evaluare finală și sistematizare

Analizând rezultatele proiectului, testimonialele participanților, activitatea acestora în cadrul trainingurilor și feedbackul oferit de ei, constatăm faptul că au fost îndeplinite obiectivele centrale ale proiectului. Unul dintre aceste obiective se reflectă prin impactul proiectului în dezvoltarea profesională a cadrelor didactice din Republica Moldova.

Impact

Impactul proiectului asupra beneficiarilor s-a observat în implicarea dinamică a acestora, întrucât în timpul activităților practice am avut participanți care s-au oferit voluntar să prezinte tema pe care au avut-o de realizat după prezentarea teoretică. Atât în mediul online, cât și în cel offline participanții au lucrat calitativ și cantitativ. Atenția a fost captată și menținută pe întreg parcursul trainingurilor. (IMPACT)

Impactul asupra beneficiarilor se datorează organizării structurate a trainingurilor, în special, punându-se accent pe partea practică. Ne-am atins obiectivul de a ne ajuta participanții prin instruirea noastră, oferindu-le motivație, informații teoretice, practice și aplicabile de înaltă calitate.

Datorită aplicării instrumentelor de cercetare, am dedus că educația în mediul online necesită o perfecționare din punctul de vedere al aprofundării competențelor digitale de către profesori. Continuitatea proiectului T4T este indispensabilă îmbunătățirii procesului de predare atât online, cât și offline. Astfel, poate fi modificată percepția eronată a cadrelor didactice din Republica Moldova în ceea ce privește desfășurarea orelor utilizând metoda netradițională de predare, și anume, prin intermediul instrumentelor digitale.

BIBLIOGRAFIE:

UNICEF Moldova. *Working Paper Education and COVID-19 in the Republic of Moldova: FINAL Romanian version.* UNICEF, https://www.unicef.org/moldova/media/4236/file/Working%20Paper%20Education%20and%20COVID-19%20in%20the%20Republic%20of%20Moldova_FINAL%20Romanian%20version.pdf.

UNICEF Moldova. *Alive: Problemele elevilor și profesorilor reveniți în școli în epidemie.* UNICEF, <https://www.unicef.org/moldova/articole/alive-problemele-elevilor-%C8%99i-profesorilor-reveni%C8%9Bi-%C3%AEn-%C8%99coli-%C3%AEn-epidemie>.

ANEXE:



Bine ai venit în proiectul T4T!

Aici veți cunoaște secretele predării în mediul online, veți face cunoștință cu aplicațiile lui Moș Google și veți întâlni sprijin + motivație.

Acum faceți parte din cea mai unică comunitate!

Comunitatea Profesorilor Moderni

Veți fi adăugați în grupul comunității unde ne vom cunoaște mai bine. Pe acest grup va avea loc toată activitatea noastră și a dumneavoastră.

Vom interacționa prin live-uri și postări motivaționale, vor fi prezentate cele mai tari și interactive aplicații, veți primi noutăți despre utilizarea acestora și despre beneficiile lor, veți interacționa cu alți profesori și cu echipa T4T.

Primul pas în călătoria noastră este participarea în cadrul cursului „Bazele G-Suite”, care se va derula timp de 2 săptămâni.

În prima săptămână, **19.04.2021-25.04.2021**, ne vom întâlni **luni, miercuri și vineri** de la orele **14:00-16:00**, în incinta **Liceului Teoretic Sireți**.



G Suite

CERTIFICAT DE PARTICIPARE
ÎN CADRUL CURSULUI DE COMPETENȚE DIGITALE:
„BAZELE G-SUITE”

Acest certificat se oferă Dnei

Țopa Anastasia

care a participat activ în cadrul training-urilor în perioada 19 aprilie - 16 mai 2021 și a obținut performanțe în aplicarea competențelor digitale.

TRAINER
Daria Alexandrina

Proiect de servicii învățare organizat de T4T în cadrul comitatului de Comunicare Interpersonală, Facultatea de Științe Politice și ale Comunicării





12

Blooming Mind

ALBU GIANINA ALEXANDRA | ALDEA ANDREI | ANCA NICOLETA-IOANA | ANGHEL ALEXANDRA |
BARNA DAIANA

1. MOTIVAȚIA

Proiectul de service learning pe care echipa noastră îl va dezvolta, în cadrul seminarului de Comunicare Interpersonală, are ca temă **sănătatea mintală** a elevilor de liceu din ultimul an. Nu cu mult timp în urmă, ne aflăm și noi în fața examenului de bacalaureat, cu aceleași probleme cauzate de pandemie: anxietate, stres, scăderea calității interacțiunilor sociale și nevoia adaptării rapide la școala online. Această perioadă a fost dificilă pentru foarte multe persoane și este îngrijorător faptul că nu s-au schimbat multe lucruri din anul precedent.

De aceea, ne dorim ca prin acest proiect să putem crea un program online, la care elevi din toată țara să se poată înscrie, pentru a lua parte la **webinarii** și activități de **gestionare** a anxietății și stresului, precum și activități distractive, de socializare. Fiind apropiată de comunitatea căreia ne vom adresa prin acest proiect, principala motivație personală este faptul că ne dorim să ajutăm elevii de clasa a XII-a să treacă mai ușor prin această perioadă – pentru că am fost în locul lor, iar accesul la o asemenea activitate ne-ar fi fost benefic atunci.

Proiectul nostru va crea un mediu prietenos pentru aceștia, unde vor putea fi deschiși, vor avea posibilitatea de a intra într-o comunitate și vor primi ajutor de la specialiști într-un cadru deschis, fiind alături de alte persoane.

2. DIAGNOSTIC

În scopul formării diagnosticului, ne-am documentat prin articole științifice și am folosit ca metodă de identificare a nevoilor chestionarul, care a obținut 152 de răspunsuri. **95.4%** din respondenți consideră că **anxietatea** este o problemă în rândul elevilor de liceu.

Descrierea problemei

Școala online este un factor care contribuie la această chestiune: **67.1%** dintre participanți consideră că i-a făcut mai stresați sau mai anxioși. Câțiva alți factori sunt lipsa încrederii de sine și a **“modalităților de comportament ce ar asigura deplina integrare în mediul social”** (A. Lazarus în Paladi, Cuconașu, 2016), așteptările ridicate ale familiei și societății, în general, și nevoia de evitare a eșecului (Robu). Problema aceasta este una importantă, deoarece impactul acesteia prezintă un trend ascendent.

A fost înregistrat un procent de peste 23% de tineri care se confruntă cu anxietatea la nivel global, în ultimii ani (Robu, 2014), deci putem spune că gradul de severitate este unul mediu spre mare.

Identificarea nevoilor

Nevoile pe care grupul țintă le are sunt de **înțelegere** și minimizare a problemelor, **îmbunătățirea** stării emoționale și a performanțelor academice, alături nevoia de înțelegere și **integrare**. Pentru a ajunge la cât mai multe persoane, ne dorim să apelăm la reprezentanți ai Consiliului Elevilor, la nivel de liceu sau județ, sau poate chiar la Consiliul Național. Pe lângă comunicarea prin intermediul lor, vom crea pagini de social media (Facebook și Instagram) prin care să ajungem direct la o parte cât mai mare a grupului țintă.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. organizarea a 4 webinarii de o ora, cu aprox. 30 de participanți
- ✓ 2. crearea a 20 de postări relevante care să cuprindă informații legate de proiect și resurse utile pentru participanți, cu scopul de a promova proiectul pe social media.

Activități

Pagina de Facebook Blooming Mind (anexa 1) a strâns 144 de urmăritori, pagina de Instagram a adunat 66 de urmăritori (210 în total), iar pentru a se aduce proiectul în atenția persoanelor ce se încadrează în grupul țintă, proiectul a fost distribuit pe mai multe grupuri de Facebook. Au avut loc și **activități interactive** cu participanții, împărțiți pe echipe, în camere pe Zoom, unde s-a discutat liber, s-au schimbat păreri / impresii sau experiențe, pe baza temei de **webinar**.

Beneficiari

Numărul real de beneficiari a evoluat de la 7 participanți, la primul webinar, la 14, la ultimul webinar. Proiectul dorea vizarea unor zone geografice cât mai largi, beneficiarii fiind din mai multe localități ale țării – Alba Iulia, Ploiești, Huși, Suceava, Brașov, Zalău, Cluj și altele.

Faptul că proiectul nostru s-a desfășurat **exclusiv online** a fost un avantaj pentru noi, mai ales din punct de vedere al resurselor. Ne-a fost relativ ușor să implementăm ideile, fără a fi nevoie de bani sau alte materiale, dar și să începem imediat ce planul a fost conceput.

Resurse

Pe lângă resursele umane, principalele resurse folosite au fost internetul, în special **social media** și **timpul** pe care l-am dedicat

Scop

proiectului. Având în vedere că proiectul nostru a avut ca scop **ameliorarea** unor probleme de natură psihologică, ne-am dorit să putem oferi participanților informații reale, care să îi ajute în mod concret, iar pentru acest lucru am apelat la câțiva specialiști care să ne ajute în susținerea webinarilor planificate, 4 la număr, în colaborare cu **Centrul de Cariera, Orientare Profesională și Alumnii**, dar și cu **StudHub BBU**. Primul webinar va fi ținut cu Magda Ilyes care va prezenta managementul timpului, un lucru esențial pentru îndeplinirea tuturor sarcinilor.

Parteneri

În cel de-al doilea webinar, elevii de clasa a XII-a o vor întâlni pe Olga Bercea, care va explica de ce apare indecizia și ne va dezvălui secretele gestionării acesteia. În cadrul celui de-al 3-lea webinar, cu ajutorul Roxanei Mateiu-Vescan, aceștia vor descoperi noi metode și tehnici de învățare cu o eficiență ridicată, iar în ultimul webinar, Oana Ghimbulut îi va ajuta pe elevii de clasa a XII-a secretele înlăturării fricii din rutina învățării și pregătirii pentru examene.

4. IMPLEMENTAREA

Canalele principale de comunicare au fost paginile de social media, **Facebook** și **Instagram**, unde am oferit acces și la formularul de înscriere în proiect și anunțat programul webinarilor (anexa 2). Odată înscrisi, s-a delimitat și a treia posibilitate de comunicare – email-ul. Ne-am folosit și de email-urile colectate prin intermediul chestionarului, ca instrument al identificării nevoilor, lăsate de persoanele interesate atunci de viitorul proiect.

De asemenea, platforma **Zoom** a reprezentat un canal de comunicare esențial, deoarece a făcut posibilă interacțiunea directă cu beneficiarii. De-a lungul webinarilor specialiștii noștri ne-au arătat diverse prezentări educative cu scopul ca elevii să-și ușureze munca în pregătirea pentru examene.

În cadrul webinarului 2 s-a discutat despre indecizie – cauza indeciziei (lipsa unei identități vocaționale). Webinarul 3 a abordat tematica învățării eficiente – s-au prezentat metode de învățare și tehnici de eliminare a distractorilor.

În acele prezentări au fost introduse metode de învățare cu o eficiență ridicată. Alte lucruri prezentate au fost autoeficacitatea, indecizia, erori în setarea obiectivelor, dar și soluții în stabilirea lor, etapele procesului decizional și multe altele.

Pe lângă aceste prezentări, s-au desfășurat activități interactive cu participanții noștri, pe platforma [Menti.com](https://www.menti.com), unde au fost împărțiți în camere separate și au avut sarcini de îndeplinit, pentru a lega noi prietenii, a-și împărtăși experiențele, gândurile, sentimentele.

5. FINALIZAREA ȘI MULTIPLICAREA

Impact Impactul pe care noi l-am anticipat a fost reducerea stărilor negative provocate de anxietate, dar și reducerea cauzelor acestora, scop în jurul căruia am planificat atât postările pe rețelele sociale, cât și evenimentele online. În timp ce acest lucru nu este cuantificabil, am primit feedback pozitiv în urma evenimentelor, ceea ce ne arată că impactul a fost cel dorit, și am ajuns la targetul de persoane înscrise pe care ni l-am propus, de 50.

Evaluare finală și sistematizare

În final, am realizat că ipoteza noastră a fost corectă: este nevoie de mai mult ajutor pentru elevii de clasa a 12-a, deci mai multe proiecte asemenea celui organizat de noi ar fi benefice. Anxietatea este o temă prea puțin discutată în România, iar contextul examenelor este privit cu superficialitate de multe ori. Stresul generat de examene este real, la fel cum este și lipsa sprijinului din partea comunității. Ne dorim ca acest lucru să se schimbe, și credem că astfel de proiecte sunt pași timizi, însă importanți, către o îmbunătățire a stării și mentalității celor afectați.

Despre impactul asupra fiecăruia dintre noi, putem spune că ne simțim mai încrezători în forțele noastre proprii, dar și în abilitățile de a lucra în echipă. Calitatea competențelor, abilităților și atitudinilor dezvoltate este, cu siguranță, mai bună decât înaintea proiectului, mai ales că am avut ocazia să experimentăm cu lucruri noi.

BIBLIOGRAFIE:

Paladi, O., & Cuconașu, M. (2016). Încrederea în sine, anxietatea și responsabilitatea la adolescenți. *Psihologie, revista științifico-practică*, (3-4), 3-12.

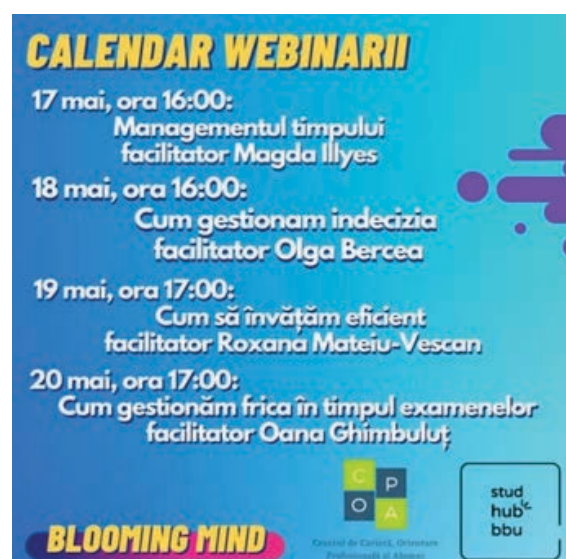
Robu, V. (2014). Anxietatea în situațiile de testare în rândul adolescenților: Date obținute într-un lot de elevi de liceu. *Psihologie, Revistă științifico-practică*, 25(3-4), 81-98.

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:





13

Use Your Brain Not Your Power

COJOCARU CRISTINA-CARMEN | COVACI ANDREEA | COZMA RALUCA | COSMA COSMINA |
CHESĂUAN ANDREEA

1. MOTIVAȚIA

Dorim să construim o societate în care tinerele, indiferent de vârstă, să nu mai fie victime ale abuzurilor din partea bărbaților. Ne propunem să creăm o rețea de suport care să le sprijine și să le protejeze. Scopul nostru este să combatem ideea că **hărțuirea sexuală** este o sursă de divertisment sau amuzament. Înțelegând realitatea cu care se confruntă tineretul de azi, am inițiat un proiect care să aducă sprijin, educație și acțiuni concrete pentru a crea un mediu în care femeile să nu mai fie exploatare sau considerate victime țintă.

Conform studiilor, **55%** dintre elevii și studenții din România au fost victime ale unei forme de hărțuire sexuală, iar **41%** dintre aceștia erau minori la momentul abuzului. **30%** dintre studenți au fost hărțuiți sexual în universitățile din România, iar în aproape jumătate dintre cazuri, abuzatorul a fost un profesor. În ciuda acestor statistici alarmante, doar **17%** dintre femeile din România au apelat la poliție în urma celui mai sever incident de violență suferit vreodată, iar **74%** nu cunoșteau niciun serviciu de suport specializat. Prin acest proiect, ne propunem să schimbăm această realitate, oferind tinerelor **informațiile, sprijinul și încrederea** necesare pentru **a denunța** abuzurile și a trăi într-un mediu sigur și respectuos.

2. DIAGNOSTIC

Descrierea problemei

Tinerii din societatea actuală se confruntă tot mai mult cu problemele legate de agresiunea sexuală atât în mediul online, cât și în mediul offline, în special în rândul persoanelor de gen feminin, fiind considerate o verigă slabă și ușor de manipulat. Acest lucru a dus la **creșterea cazurilor** în care tinerele, atât minore, cât și majore, au fost asaltate sexual, urmând ca acestea să nu ia atitudine din cauza lipsei de cunoștință, cât și din cauza stereotipurilor care sunt promovate în rândul adolescenților în mod special. În urma unor studii, s-a demonstrat faptul că un copil sau adolescent agresat sexual în trecut, îi poate predispune pe aceștia către alte agresiuni sexuale în viitor, iar agresiunea sexuală din copilărie a fost asociată cu depresie, consum de alcool și comiterea violenței. De asemenea, problema violului în România este atât de gravă încât aceasta se clasează pe primul loc la justificarea actului sexual fără consimțământ în Europa, „55% din populație considerând că acest act barbar poate fi justificat.”

Totodată, conform Poliției Române, doar în prima jumătate a anului 2019, 45 de minori, dintre care 38 de gen feminin, au fost pradă violului. Acest lucru nu duce decât la cererea disperată de cunoaștere și de educare a populației cu privire la abuzul sexual, fiind principala problemă nerezolvată din România.

Identificarea nevoilor

Principala nevoie pe care am identificat-o este **informarea populației** cu privire la „*sexual assault*” și formele acestui termen, nevoie identificată în urma unei analize și a unui formular aplicat în mediul online, nereușind să găsim destule informații folositoare și ușor de înțeles pentru comunitatea aleasă, unde aceștia ar trebui să fie cel mai mult informați și puși în temă.

Resurse

Resursele de care am dispus s-au aflat în mod exclusiv **online**, ajutându-ne de platformele de socializare precum **Facebook**, **Instagram**, pentru a putea ajunge la comunitatea dorită, și anume tinerii cu vârsta cuprinsă între 15-25 de ani. De asemenea, am reușit

Parteneri

să colaborăm cu **Centrul Filia** – o organizație feministă și cu Psihologul Clinician și Psihoterapeut Lavinia Ghirbak, a cărei voce este cunoscută în mediul online.

3. DEZVOLTARE SI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Am dorit să abordăm tema agresiunii sexuale în rândul tinerelor cu vârste cuprinse între 13-20 de ani. Am vrut să aflăm de **efectele** pe care le pot avea abuzul și hărțuirea sexuală asupra tinerelor privind sănătatea fizică și mintală și **să informăm**, la rândul nostru, grupul țintă ales, **să aducem la cunoștință** aceste probleme, să ajutăm persoanele care au trecut prin asemenea lucruri și să creăm un mediu prietenos, sigur și egal pentru acestea.

Activități

În acest scop, ne-am propus să organizăm un **webinar** (anexa 1) în care să oferim informații relevante tinerilor privind această temă, unde reprezentanții să vorbească despre efectele agresiunii și a abuzului sexual asupra sănătății mintale și fizice, să discutăm deschis despre subiectul ales. De asemenea, ne-am propus să realizăm **postări informative** (anexa 2) cu privire la acest subiect, cât și cu informații despre cum se pot ajuta în procesul de vindecare prin confesiuni sau consilieri cu un psiholog sau terapeut.

Beneficiari

Beneficiarii **directi** sunt persoanele care ne urmăresc postările și care iau parte la webinar, în mare parte tinere cu vârsta cuprinsă între 13-20 de ani din diferite orașe din țară, persoane care au trecut

printr-o experiență asemănătoare, cât și persoanele care vor să se implice și să ajute la o schimbare, precum familiile persoanelor care iau parte la activitățile noastre, prietenii acestora, cât și prietenii virtuali care vor redistribui postărilor noastre. Tinerii sunt fie elevi, fie studenți, care provin atât din mediul urban, cât și din mediul rural.

4. IMPLEMENTAREA

Activitățile pe care le-am implementat au constat în crearea unui **webinar** cu temele alese pe baza subiectului de agresiune sexuală, cât și o serie de **testimoniale** pe Instagram în care comunitatea ne-a răspuns la diferite întrebări.

În cadrul webinarului am avut doi **invitați specializați** pe tema aleasă, și anume **Andrada Cilibiu**, reprezentantul Centrului Filia, care a discutat teme precum Revenge porn, agresiunea sexuală în universități, feminism, egalitatea de gen, și Psihologul Clinician și psihoterapeut **Lavinia Ghirbak** care a discutat mai detaliat despre agresiunea sexuală, formele și efectele acesteia, și ce înseamnă consimțământul.

De asemenea, din partea ambelor invitate au fost aduse la cunoștință metode de implicare și soluții pentru a diminua agresiunea sexuală, și s-a discutat și de partea legală. Ceea ce ne-a bucurat a fost implicarea din partea participanților, discuțiile deschise dintre invitați și participanți având loc într-o mare măsură deoarece invitații noștri s-au axat pe comunicare și implicare din partea participanților.

Numărul participanților a fost 37, cu vârste cuprinse între 15-36 de ani, predominantă fiind vârsta de 20 de ani. Genul feminin a fost prezent în proporție de 76,9%. Ne-a bucurat faptul că și persoane de gen masculin au fost prezente, acest lucru arătând implicare și din partea lor, iar în cadrul webinarului s-a pus accent și pe agresiunea sexuală asupra acestora, nu doar a femeilor, eliminând orice urmă de discriminare.

5. FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Impact Impactul proiectului a fost unul mare deoarece nu ne-am așteptat la o implicare atât de mare venită din partea comunității, cât și a colaboratorilor. Proiectul a avut un impact puternic și asupra noastră, la nivel de echipă, deoarece ne-a ridicat încrederea în propriile abilități, am aflat lucruri despre propria persoană, am

Evaluare finală și sistematizare

reușit să ne adaptăm atât la situații plăcute, cât și neplăcute, am aflat cum reacționăm în diferite situații și că ne putem adapta, fapt ce ne-a crescut stima de sine, cât și dorința de implicare în viitoare proiecte.

În cadrul acestui proiect, am reușit să atingem multiple obiective esențiale, consolidând încrederea în sine a beneficiarilor și creând o comunitate bazată pe egalitate, siguranță și prietenie. Un rezultat semnificativ a fost obținerea sprijinului părții masculine, care a contribuit la schimbarea mentalităților și la promovarea unei viziuni sănătoase asupra feminității.

În ceea ce privește obiectivele de învățare, atât beneficiarii, cât și noi, studenții implicați, am avut oportunitatea de a participa activ la activitățile proiectului, obținând atât dezvoltare personală, cât și performanță academică. Evaluările de grup, autoevaluările și procesul de conștientizare a problemelor sociale au avut un impact semnificativ asupra tuturor participanților, iar, în ciuda dificultăților întâmpinate, am reușit să finalizăm cu succes proiectul.

Considerăm ca este imperios necesar ca un proiect cu o temă atât de complexă și importantă să aibă continuitate deoarece în România nu sunt luate destule măsuri și nu este dezbătut acest subiect la o scară mai largă și de impact. Pentru a putea crea o societate bazată pe egalitate, solidaritate, prietenie, siguranță este nevoie de multă implicare și aducere la cunoștință a problemelor cu care se confruntă această țară când vine vorba de agresiunea sexuală, în special în rândul tinerilor deoarece aceștia sunt cei mai vulnerabili. Tinerele fete, cât și tinerii băieți au nevoie de susținere, să fie informați, să știe că ceea ce li se poate întâmpla nu este normal și că au drepturi, dar și la cine să apeleze, dar mai ales, să nu rămână indiferenți deoarece aceasta face diferența.

BIBLIOGRAFIE:

Conflict Studies Quarterly. (2014).

<http://www.csq.ro/wp-content/uploads/CSQ8.pdf#page=73>

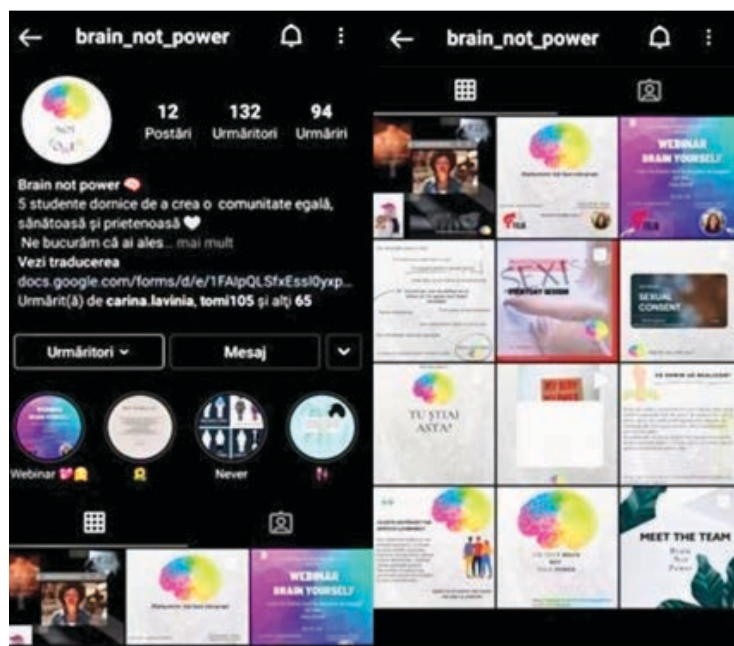
Olshen, E., McVeigh, K. H., Wunsch-Hitzig, R. A., & Rickert, V. I. (2007). Dating, violence, sexual assault, and suicide attempts among urban teenagers. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 161(6), 539.

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:





14

Impact Facts

FODOR VLADIMIR | FRANK IULIA | GHERGHE ALEXANDRA – ANDREEA | GHITA SERGIU VLADIMIR |
GHIZA MIHNEA

1. MOTIVAȚIA

Am ales să facem acest proiect de Service Learning din dorința de a “estompa” o problemă majoră cu care generația tânără se confruntă, și anume **Fakenews-ul**, care a ajuns să schimbe percepția foarte multor tineri, mai ales atunci când informația este făcută așa fel încât publicul țintă să o digere ușor. Astfel, echipa noastră a apelat la **Fundația Noi Orizonturi**, aceștia luându-ne sub aripa lor, proiectul fiind o “extensie” a ceea ce Fundația reprezintă. Dorința de ajutorare venită din ambele părți a făcut colaborarea dintre echipa noastră și Fundație să fie una excepțională. Dorind ca proiectul nostru să înceapă cu pași mici, dar cu reușită sigură, echipa noastră a decis să desfășoare proiectul într-un liceu unde Clubul Impact își desfășoară activitatea.

Folosindu-ne de platformele de socializare am reușit să strângem un număr considerabil de elevi, iar feedback-ul fiind pe măsură. Un alt lucru major care a stat la baza ideii acestui proiect a fost faptul că în liceele din orașele mici nu se acordă o atenție atât de mare din partea universităților, astfel noi am vrut să facem o schimbare, iar un alt lucru foarte important de menționat este faptul că echipa s-a gândit la un public mai restrâns, mergând pe ideea de calitate, nu cantitate. Rezultatul acestui lucru îl vedem în entuziasmul cu care elevii au participat la activități, dar și curiozitatea acestora cu privire la modul de predare din facultate, altul față de cel din mediul preuniversitar.

2. DIAGNOSTIC

Descrierea problemei

În contextul pandemiei, numărul fake news-urilor a crescut considerabil. În incertitudinea în care trăim cu toții aceste vremuri, știrile false propun idealuri fictive și cel mai grav, au atins sectorul medical, recomandând remedii pentru diferite boli sau pentru COVID-19. Analizând realitatea socială, putem observa că știrile false au dezvoltat un **cult al conspirațiilor**, din ce în ce mai disprețuit de jurnaliștii care se respectă. Am discutat cu doamna **Electra Ghiza**, jurnalist de profesie, despre acest val de fake-news. Jurnalismul are nevoie de legi clare, de anumite bariere online pentru depistare acestor știri. Nu este de datoria jurnalistilor să verifice alte știri scrise deja de așa-ziși jurnaliști. Pentru a explica cel mai bine modul în care fake news-ul ne afectează, studiul realizat de Nicoleta Corbu, Alina Bârgăoanu, Raluca Buturoiu și Oana Ștefăniță, intitulat “Does fake news lead to more engaging effects

on social media?”, explică, pe baza unui experiment social, faptul că o știre falsă, cu o valență negativă, are un grad de viralitate ridicat². Instituțiile publice, în special cele cu caracter politic, refuză să ia măsuri cu privire la informațiile care rulează pe site-uri, deoarece, de multe ori, aceste știri sunt în avantajul oamenilor politici.

În cadrul proiectului, ne vor fi alături cei de la **IMPACT**, care au văzut gravitatea situației și au fost de acord să ne susțină. Obstacolele inevitabile de-a lungul desfășurării acestui proiect vor avea legătură cu **interesul** tinerilor privind subiectul abordat de noi, întrucât nu este unul foarte atins și discutat. Suntem conștienți de acest obstacol și de viitoarele ce vor mai apărea, însă asta ne face să părăsim zona de confort și să oferim publicului nostru țintă un program de training pe placul lor. Atât ei, cât și noi, vom avea multe de învățat din cadrul acestui proiect.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. **Conștientizarea** unei știri false în mediul online;
- ✓ 2. **Perceperea** informațiilor în așa fel încât să se recunoască manipularea utilizată într-o știre;
- ✓ 3. **Influențarea publicului-țintă de a-și exprima punctul de vedere, precum și ajutarea acestuia de a înțelege importanța unei știri, precum și procesul de concepere a acesteia.**

Activități

Pentru o comunicare eficientă, am creat două pagini de social media, **Facebook** și **Instagram** (anexa 1 și 2). Pentru a realiza activitățile într-un mod cât mai eficient, am realizat mai multe **ședințe de grup** în care am discutat modalitățile de implementare a intenției noastre, dar am și încercat să ne documentăm despre tematica aleasă. Astfel, am înțeles mai bine necesitatea studierii unui asemenea subiect și am încercat să ne gândim la activități cât mai atractive pentru beneficiarii noștri. În procesul de dezvoltare și planuire a proiectului am stabilit și activitățile pe care urma să le întreprindem în cadrul ședințelor cu elevii. Așadar, am hotărât că proiectul nu va duce lipsă de **jocuri interactive** cu scopul de conștientizare a fake news-ului, **debate**-uri sau acțiuni de a-i încuraja pe beneficiari să-și stimuleze gândirea critică, am vrut să creăm și o **legătură** între elevi și facultate pentru ca cei dintâi să se familiarizeze cu mediul.

Parteneri

Pe parcursul proiectului am avut alături **Fundația „Noi Orizonturi”**, care are drept scop crearea unei societăți în care tinerii să aibă

parte de o dezvoltare personală armonioasă, având la rândul lor șansa de a-i inspira și pe cei din jurul lor. Rezultatele excepționale obținute de această organizație, ne-a demonstrat că este partenerul ideal pentru demersul nostru. Membrii acesteia au fost cei care ne-au ajutat cu implementarea proiectului, cu sfaturi și chiar cu susținerea financiară.

Resurse Resursele au fost cele oferite de fundația mai sus amintită, timpul pe care invitații au fost dispuși să ni-l aloce, dar și timpul nostru pentru a crea activitățile aferente proiectului.

4. IMPLEMENTAREA

Activitățile au avut loc la Liceul Teoretic „Avram Iancu” din Brad, județul Hunedoara, pe o durată de două zile, ceea ce ne-a permis să avem două activități diferite, una prin partea de învățare, unde a fost invitată Electra Ghiza, jurnalist ProTV, care a avut o **prezentare** legată de FakeNews, cum putem identifica astfel de știri și ce putem face când le identificăm. Participanții au fost plăcut surprinși, feedback-ul fiind unul bun din partea acestora, la finalul ședinței având o discuție deschisă.

În cea de-a doua zi de desfășurare a proiectului, au avut loc **activitățile practice** prin intermediul unor jocuri în cadrul cărora participanții au fost nevoiți să identifice știrile false dintr-o serie de mai multe știri, iar a doua activitate a fost un debate pe tema “Care este rolul influencerilor și cât de gravă este promovarea unor produse/servicii de proastă calitate”, iar la sfârșitul acestor activități, au putut participa la un giveaway.

La finalul ședinței am avut o **discuție deschisă** cu elevii liceului unde am discutat despre facultate, despre liceu și ce și-ar dori aceștia să facă mai departe. Precum și în ziua anterioară, participanții au fost activi, feedbackul a fost unul bun având în vedere că activitățile din cele două zile s-au desfășurat online prin intermediul platformei Zoom. Numărul total al participanților din cele două zile de activități a fost de 26 de participanți.

5. FINALIZAREA

Evaluare finală și sistematizare

Din obiectivele stabilite la începutul proiectului, considerăm că punctele cele mai importante și relevante au fost atinse, ajungând la rezultatele dorite. Pe parcursul activităților pe Zoom, am reușit să ne înțelegem bine cu fiecare elev care a participat la proiect, și de asemenea, cum suntem proaspăt ieșiți din sistemul de învățământ

licean, am avut o relație deschisă cu elevii pe diferite subiecte relevante despre viața de liceu, subiecte care au și legătură cu tema proiectului, fake news-ul.

Impact

Impactul proiectului a fost unul anticipat. Strategia, modul prin care am prezentat proiectul și informațiile pe care le-au acumulat participanții au fost task-uri pe care le-am îndeplinit pe parcursul proiectului. Un astfel de proiect, dacă este dus la bun sfârșit, are un impact semnificativ asupra comunității. După activitățile organizate în cadrul proiectului, suntem siguri că tinerii care au participat la activități, nu o să fie ușor influențați de fake news-uri. Considerăm că, prin acest proiect de service learning, am avut un anumit impact asupra societății.

BIBLIOGRAFIE:

Corbu, N., & Buturoiu, R. (2018). Understanding the influence of fake news in the digital era. Comunicare.ro Publishing House.

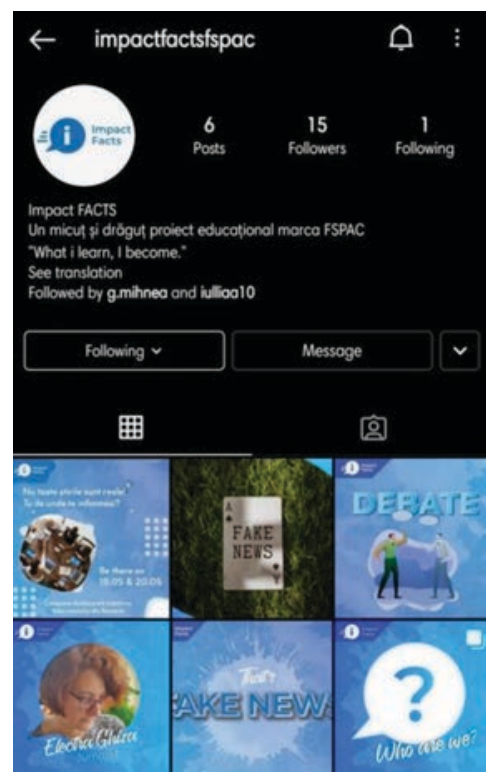
Coman, C., & Mându, E. (2017). Mass-media și crizele de comunicare. Ed. Polirom.the influence of fake news in the digital era. Comunicare.ro Publishing House.

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:



The Passion Drugstore

*-Din Pasiune
Pentru Pasiune-*



15

The Passion Drugstore

POPA GABRIEL | POPA LĂCRĂMIOARA | POPESCU MARA | PRIDEA CASIANA | RAICU MIRUNA

1. MOTIVAȚIA

Termenul pasiune are parte de mai multe sensuri înscrise în DEX, printre acestea menționându-se înclinația și aspirația către un obiect aparținând unui domeniu, care conferă omului o stare afectivă intensă și pozitivă. Pe parcursul unei vieți, fiecare dintre noi se întâlnește cu astfel de stări de mai multe ori, iar termenii pasiune și vocație sunt deseori folosiți împreună, însă foarte rar se întâmplă ca aceștia să coincidă și chiar dacă nu coincid, oare e necesar să se și excludă?

Am conturat ideea sub forma conceptuală a unei **farmacii** deoarece considerăm că pasiunile pot constitui un fel de **medicament pentru viața umană**. Chiar dacă participanții nu își doresc să urmeze o carieră în acel domeniu ne dorim să ajutăm la cultivarea unei conștiințe deschise către practicarea pasiunilor, de aceea proiectul are atât scop educativ, cât și de orientare, de dezvoltare și, nu în ultimul rând, de promovare.

2. DIAGNOSTIC

În societatea românească domină de foarte mult timp dogma că hobby-urile și pasiunile trebuie să rămână la acest stadiu și că nu se poate crea o meserie din ele, fie că sunt artistice, sportive sau tehnice. Din pricina acestui fapt, tinerii au de suferit, iar materiile cu o bază artistică sau sportivă din școala românească, nu sunt privite cu aceeași ochi ca restul, despre care se consideră că au o importanță crescută.

Descrierea problemei

Există o **tendință generală** a părinților de a-și îndruma copiii spre meserii cu o vechime în societate (precum cea de avocat, medic, inginer) în defavoarea celor artistice sau sportive iar această decizie a părinților se consolidează adesea pe anumite impresii materiale eronate asupra veniturilor rezultate din meseriile bazate pe pasiuni.

De asemenea, societatea poartă o parte din vină prin **perpetuarea** acestor idei de la o generație la alta, ele nefiind schimbate, dată fiind situația economică a țării și nivelului de trai - toate acestea au fost remarcate prin intermediul primei metode de cercetare și anume observația (Lazăr, 2019). Încă de dinaintea pandemiei existau deja studii în legătură cu anxietatea în rândul adolescenților. În situația actuală se pune accentul pe modul în care lipsa de socializare influențează din ce în ce mai tare aspectul anxietății. Numărul elevilor care se confruntă cu simptome ale

anxietății a crescut (Coșcodan & Moșanu-Șupac, 2020). Credem că, în acest context, ne aflăm în perioada potrivită pentru implementarea unui astfel de proiect dedicat adolescenților.

Identificarea nevoilor

Pentru a identifica dorințele și nevoile reale ale publicului țintă am întocmit un **chestionar** pe care l-am distribuit pe grupurile de Facebook ale câtorva licee, dar și pe paginile personale. Am avut în vedere **tipurile de pasiuni** care îi preocupă pe adolescenți, cât de mult sunt **susținuți** de părinți și de liceu, ce își **doresc** de la pasiunile lor și dacă le-ar plăcea să ia parte la un astfel de proiect.

Dintre respondenți doar **39%** au urmat cursuri pentru a se dezvolta, **26%** urmăresc tutoriale online, iar restul consideră că nu au avut oportunități de dezvoltare sau nu au fost destul de motivați să încerce. În ceea ce privește planurile de viitor, aproximativ **jumătate** își doresc să își transforme pasiunile în carieră, dintre care o treime se tem de instabilitatea financiară. De asemenea, mai mult de jumătate dintre ei s-au arătat interesați să participe la proiectul nostru.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. *colaborarea cu cel puțin patru **profesioniști** care activează în cele mai căutate domenii;*
- ✓ 2. *construirea unei **comunități** de cel puțin 20 de membri pe Discord;*
- ✓ 3. *promovarea a cel puțin trei participanți.*

Beneficiari

Proiectul a fost dedicat **elevilor de liceu** care își doresc să facă parte dintr-o comunitate unită care îi va motiva să își urmeze pasiunile și să se dezvolte. Am observat nevoia liceenilor de un astfel de spațiu sigur în calitate de persoane care sau aflat în aceeași situație. Din acest motiv am hotărât să pornim în căutarea altor persoane care s-au aflat în această situație și își doresc să ajute noile generații. Am acționat, așadar, ca un pod între cele două instanțe.

Resurse

Drept spațiu de dezvoltare am ales platforma **Discord** deoarece pare că tot mai mulți liceeni o folosesc și am sperat să îi atragă, prin senzația de intimitate, pe care am descoperit-o în cadrul acesteia.

4. IMPLEMENTAREA

Proiectul s-a desfășurat în totalitate în mediul **online**, în principal pe **Facebook** și **Instagram** (anexele 1 și 2), unde am promovat

Activități

așa-zisele noastre **farmacii virtuale ale pasiunilor** cu mantra “*Din pasiune pentru pasiune*”. O componentă inedită a fost și serverul nostru de **Discord**, loc în care, de altfel, s-au desfășurat **evenimentele** propriu zise cu invitații.

O altă activitate relativ spontană, a fost o **seară de jocuri video** și scribble cu persoanele care au fost active în diferitele secțiuni ale serverului sau au participat la întâlniri.

Intenția noastră la aceste întâlniri a fost ca atmosfera să fie una relaxată, lejeră pentru ca participanții să nu se simtă intimidați, fapt pentru care, la fiecare întâlnire, înainte de începerea efectivă, au fost discuții prietenești presărate cu glume.

Pentru a răspândi conținutul întâlnirilor am decis să ne adaptăm și să cerem permisiunea tuturor de a înregistra vocal discuțiile și a le posta în urma evenimentelor sub formă de **podcasturi**. Persoanele care nu au putut participa sau au fost prea intimidat de acest format, pot accesa informația și eventual să participe la întâlnirile următoare, sau măcar să intre pe Discord, pentru a interacționa oricând este nevoie cu celelalte persoane de acolo.

5.FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Evaluare finală și sistematizare

Scopul proiectului a fost dezvoltarea și promovarea pasiunilor adolescenților. Suntem de părere că am reușit să dezvoltăm cel puțin dorința adolescenților de a merge înainte cu pasiunile lor, au existat discuții în domeniu chiar și între participanți, unde s-au sfătuit. Cât despre promovarea acestora, o primă idee era să le promovăm munca, cu acordul lor, pe paginile de social media, dar din păcate nu am reușit să facem acest lucru, însă comunitatea care s-a creat, știm că va rezista în timp și dorim să punem în practică această idee mai târziu.

Totuși a existat o promovare în canalele de text de pe server, unde aproximativ 3-4 participanți și-au promovat munca singuri sau au pornit discuții în domeniu. Cât despre obiectivele SMART, considerăm că au fost atinse, însă doar unul dintre acestea la potențial maxim. Totuși am reușit să aducem proiectul la bun sfârșit, astfel să fim mândri de ceea ce am putut realiza.

Impact

Cât despre participanți, au fost foarte deschiși și prietenoși, chiar activi. Un lucru care ne-a bucurat a fost inițiativa participanților, care au sugerat să organizăm o seară de jocuri online, fapt care a arătat că se simt bine în mica noastră comunitate

În final, ne bucurăm că am reușit să ducem la bun sfârșit acest proiect. Însă vrem să credem că deși nu ne-am atins obiectivele fixate la începutul proiectului, am reușit să aducem oameni care împărtășesc aceleași pasiuni într-un loc unde pot fi ei înșiși, pot vorbi liber și unde pot avea discuții interesante în orice domeniu.

Noi am realizat că poate nu mereu ajungi unde ți-ai propus, însă oamenii sunt făcuți să se adapteze, am reușit să facem față unor situații de criză, ca de exemplu, înainte de primul eveniment, ni s-a comunicat că unul dintre invitați va fi înlocuit de altcineva, datorită unei întâmplări neprevăzute. Am refăcut afișul și am mers mai departe explicând audienței situația.

Individual, am reușit să ne organizăm mai bine și să învățăm managementul timpului, un lucru foarte important, iar scopul nostru de a dezvolta pasiunile, a fost atins, iar pe parcursul proiectului, am atins ceva mult mai de valoare, crearea unui loc sigur unde adolescenții să poată învăța unii de la alții și o comunitate frumoasă.

BIBLIOGRAFIE:

Coșcodan, D., & Moșanu-Șupac, L. (2020, noiembrie 19). Starea psihofiziologică a elevilor claselor liceale în condițiile procesului educațional la distanță. *Învățământ superior: tradiții, valori, perspective*, pp. 113-116.

Lazăr, A. G. (2019). Timpul liber - indicator evaluativ al calității vieții. *Știința Culturii Fizice.*, pp. 136-142.

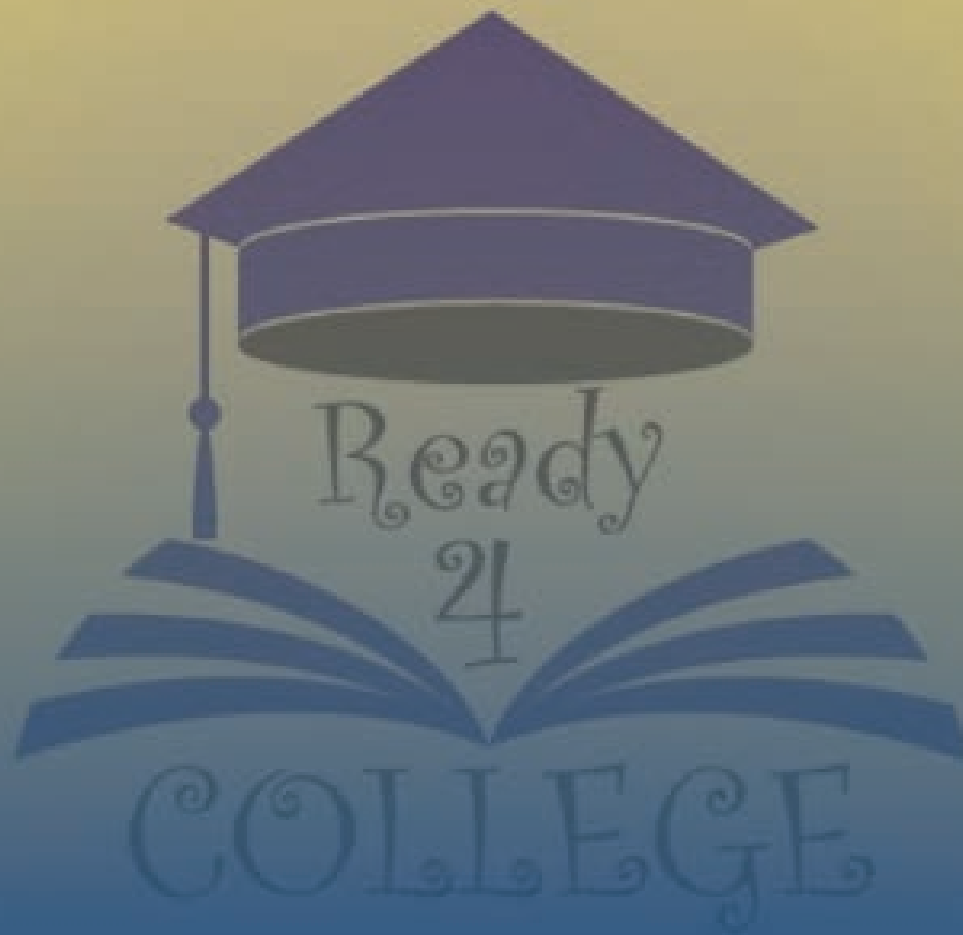
ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:





16

Ready For College?

VARARU ANDREEA | VESA DELIA | VICOL LIDIA | VIZITIU ARINA | VU THI HUONG

1. MOTIVAȚIA

Acest proiect este realizat cu scopul de a susține și de a îndruma **liceenii** din România, Republica Moldova și Vietnam. Noi vom realiza schimbul intercultural dintre acești elevi, pe baza dezvoltării personale și pregătirii pentru viața de student. Vom acorda Tips&Tricks despre viața de student, despre învățare, despre colectarea datelor pentru acomodarea cerințelor academice și despre cum să treacă mult mai ușor prin sesiune, trucuri învățate din propria noastră experiență.

Principalul obiectiv al proiectului este **ajutorarea actualilor elevi** de liceu în urmarea unei cariere de succes, prin integrarea acestora în mediul universitar. În primul rând, se dorește trezirea **interesului** liceenilor asupra facultății. Considerăm că în urma pandemiei mulți elevi au devenit dezinteresați în legătură cu viitorul lor, iar proiectul își propune atragerea atenției și a curiozității elevilor prin activități interactive.

Noi vrem să aducem un beneficiu acestor elevi și să îi îndrumăm să facă alegerea corectă, care să le aducă un viitor decent și așa cum și-l doresc ei, pentru a evita refuzul, sau în cel mai rău caz abandonul facultății după începerea acesteia. Astfel, noi am venit cu motivația de a realiza un schimb intercultural dintre aceste trei țări ce poate adăuga mentalității colective a acestui grup o perspectivă nouă.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

Așa cum am spus mai sus, în România **riscul de retragere din facultate** este foarte crescut, dar și alegerea facultății este foarte grea pentru unii elevi, iar noi suntem hotărâți să îi ajutăm și să-i îndrumăm. A fi student nu este chiar atât de ușor. Uneori nu primiți o listă clară de instrucțiuni. Aceasta poate fi o sarcină, în special frustrantă pentru studenți, deoarece aceștia nu sunt siguri de ceea ce se așteaptă de la ei sau dacă fac chiar sarcina corect. Solicitarea profesorului pentru clarificări cu privire la anumite puncte înainte de a începe o sarcină vă va economisi multă agitație și dureri de cap mai târziu în procesul de scriere (Eby, 2011). Din această cauză, noi ne-am hotărât să realizăm acest studiu, pentru a sprijini și a îndruma cât mai mulți elevi să nu renunțe și să meargă mai departe, pentru că fiecare piedică care ne apare în cale are o rezolvare.

Datele prezentate sugerează că mii de liceeni vor fi afectați de situația pandemică, ce poate scădea și mai mult **motivația** liceenilor de a continua studiile în ciclul universitar (Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2020).

Un studiu realizat de Alianța Națională a Organizațiilor Studentești din România arată ca o treime dintre studenți renunță la facultate **din primul an**. De asemenea, un alt studiu arată că au fost analizate 25 de universități de stat, din cele 49, media de abandon este de **36%**. Cifra ne situează printre țările codășe din Uniune la capitolul educație (Proiectul „Parte de carte”, 2011).

Identificarea problemelor

Problema principală este că în ciclurile inferioare **nu există pregătire și îndrumare educațională**. Nu există cursuri practice și de îndrumare a elevilor, care să le descopere și să le cultive aptitudini. Alte **obstacole** sunt nesatisfacerea motivelor și așteptărilor, așteptări nerealiste, ca și lipsa lor de claritate/specificitate, pregătirea emoțională, abilitățile academice precare și marginalizarea de la procesul academic determină abandonul studenților.

Tranziția de la viața liceală la cea universitară poate fi o experiență intimidantă și complexă pentru studenți, implicând provocări pe mai multe planuri. La nivel **personal**, aceasta presupune adesea părăsirea familiei și gestionarea pentru prima dată a unui buget propriu. Pe plan **academic**, studenții trec de la un mediu organizat și ghidat la unul care necesită autonomie, unde sunt responsabili pentru luarea notițelor, munca în echipă, gestionarea timpului și studiul individual — competențe pentru care absolvenții de liceu sunt, în general, insuficient pregătiți. Din punct de vedere **social**, integrarea într-un mediu nou, formarea de relații cu colegi necunoscuți și adaptarea la un alt oraș pot genera un veritabil șoc cultural, mai ales pentru tinerii din mediul rural sau din familii fără studii superioare.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective **Obiective SMART:**

- privind strategia de comunicare:
 - ✓ 1. *Asigurarea constantă a unui flux de informații utile și coerente*
 - ✓ 2. *Crearea parteneriatului ferm cu administrația liceală pentru colectarea feedback-ului constructiv despre rezultatele colaborării*
 - ✓ 3. *Crearea și menținerea imaginii solide pozitive a proiectului pe întreaga durată lui*

- obiective generale:

- ✓ 1. Crearea relației solide dintre liceeni și studenți
- ✓ 2. Analiza tendinței elevilor de a face studii în țara natală
- ✓ 3. Însușirea de către liceeni a cunoștințelor privitoare dezvoltarea personală și pregătirea pentru viața de student dobândite pe parcursul webinarilor.
- ✓ 4. Schimbul de experiență personală privind perioada dificilă în timpul pandemiei
- ✓ 5. Dezvoltarea și îmbunătățirea aptitudinilor cu privire la strategiile de învățare și de comunicare în public
- ✓ 6. Suport emoțional pentru depășirea dificultăților din perioada examenelor
- ✓ 7. Sporirea așteptărilor liceenilor privind viitorul lor academic

Scop Partea esențială a programului era îndrumarea fiecărei clase în particular de către studenți, scopul final al proiectului „*Ready For College?*” fiind **oferirea asistenței** pentru pregătirea liceenilor din 3 țări diferite (România, Republica Moldova, Vietnam) către etapa nouă a vieții prin formarea relațiilor dintre beneficiarii și organizatorii care pot fi contactați pentru ajutor în decursul primului an universitar.

4. IMPLEMENTAREA

Pentru implementarea proiectului nostru am apelat la administrația liceului Teoretic Republican „Ion Creangă” (Bălți, Republica Moldova) și la cea a liceului „Chu Van An” (Sam Son, Vietnam) pentru a primi acordul privind participarea elevilor în cadrul proiectului nostru “Ready For College”. Din motive care nu ne pot fi imputabile, nu am putut apela la un liceu din România, deși am încercat.

Activități Toată campania publicitară s-a desfășurat în mediul online pe [Instagram](#) sub denumirea de „*Ready for college*” și pe Facebook cu aceeași denumire (vezi anexe), pagini create pentru a atrage elevii în mediul academic. Cu ajutorul paginii de Instagram am publicat imagini ce au integrat elevii pentru început în proiectul nostru și pentru a putea înțelege ce informații îi interesează, iar cu ajutorul paginii de Facebook am publicat ceea ce s-a discutat la **webinarii**, pentru ca elevii să rămână cu informația actualizată. Ne-am propus să avem **postări constante**, atât pe story, cât și pe feed în cele patru săptămâni de campanie. Postările au avut un feedback pozitiv din partea elevilor, trimittându-ne unii dintre ei mesaje de susținere și de mulțumire.

Considerăm că activitățile cu beneficiarii noștri s-au desfășurat într-o bună armonie și eficient, în schimb, timpul alocat acestor activități a fost destul de redus.

Cu toate că nu am îndeplinit obiectivul de a integra elevii din România în proiectul nostru, am încercat în ultima săptămână să prezentăm paginile noastre de comunicare și publicitate elevilor din cadrul liceului „Gheorghe Asachi” din Piatra Neamț, primind un feedback pozitiv din partea unei eleve de clasa a XI-a. Elevii din cadrul acestui liceu nu au fost beneficiari propriu-ziși, dar am încercat să le trezim interesul pentru temele pe care le-am abordat. Prin intermediul elevei care ne-a trimis un feed-back pozitiv am distribuit unele materiale pe care le-am folosit în cadrul webinarilor.

Pentru elevii din Vietnam s-a realizat un sondaj de tip Google Forms pentru a primi un feedback la finalul proiectului. Concluzia sondajului este că nouă participanți din unsprezece consideră că activitățile sunt benefice pentru dezvoltarea lor în viitorul cadru academic. Majoritatea ne-au scris că au fost mulțumiți de sfaturile primite pentru ghidarea în mediul personal și profesional. Unii elevi ne-au împărtășit faptul că volumul de teme și presiunea pentru examenele finale au fost o adevărată provocare pentru ei, iar prin acest proiect au reușit să găsească modalitatea corectă de a-și gestiona timpul mai eficient. Alții nu se simțeau bine în mediul social, nefiind integrați în colectivul de elevi, iar cu ajutorul acestui proiect, care a avut ca obiectiv și dezvoltarea personală, au reușit să-și formeze prietenii și să devină mai încrezatori.

Din partea elevilor din Republica Moldova am primit un răspuns încurajator privind, în special, subiectul de stocare de informații și organizarea timpului prin diferite aplicații, precizând că le sunt utile și acum.

5.FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Proiectul Ready for College a încercat să devină un sprijin pentru beneficiarii noștri, elevii, ca ei să cunoască câteva resurse importante care să le ușureze munca pentru viitorul lor academic. Deoarece a fost primul nostru proiect de service learning, am eșuat la anumite obiective, dar acest lucru ne-a ambiționat mai mult ca pe viitor să facem lucrurile cat mai perfecte.

Putem spune că primul obiectiv SMART a fost împlinit, pe paginile

noastre de Instagram și de Facebook am strâns numărul de urmăritori pe care l-am plănuit. Am fost constanți cu postările noastre pe Facebook și pe Instagram, unde am primit și un feedback pozitiv.

Ce nu am reușit să facem a fost să îi integrăm pe elevii din România în proiectul nostru, un obiectiv propus încă de la începerea proiectului. Un obiectiv important pentru noi care nu a putut fi împlinit este schimbul intercultural. Resursele și timpul au fost limitate, iar lipsa cunoștințelor noastre, deoarece este prima dată când am fost organizatori unui proiect de acest tip, ne-au împiedicat să atingem acest obiectiv.

Acestea fiind spuse, suntem de părere că proiectul nostru și-a atins ceea ce mai mare parte din scopul propus. Am învățat împreună noțiuni despre designul prezentărilor, despre public speaking, despre time, data și team management și despre research și colectarea datelor. Am încercat ca în acest proiect să ne implicăm cât mai mult și să interacționăm cu elevii cât mai mult, ca să formăm legături și ne-am dorit foarte mult ca ei să ne considere un sprijin, deși acest lucru a fost destul de dificil, deoarece fiind în mediul online nu le puteam vedea reacțiile, emoțiile și comportamentele ca și atunci când am fi fizic cu ei.

În concluzie, apreciem că este important ca un proiect de tipul service learning să continue, deoarece generează un impact pozitiv asupra tuturor participanților și a comunității.

BIBLIOGRAFIE:


Eby, E. (2011). *The high school student's guide to writing a great research paper: 101 easy tips & tricks to make your work stand out* (p. 20). Atlantic Publishing Group.

Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. (2020). *Educația în Republica Moldova: publicația statistică 2019/2020*. Chișinău. Preluat de la <https://statbank.statistica.md>

Proiectul „Parte de carte”. (2011). *Studiu-diagnostic privind situația abandonului școlar și părăsirea timpurie a școlii în mediul rural: Raport de cercetare – sinteză*. București. Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin POSDRU/91/2.2/S/60294.

ANEXE:

Anexa 1:





 Edit


Echipa noastră dorește să-ți împărtășească din experiența noastră
Te simți pregătit?

UNIVERSITATEA BABEȘ BOLYAI CLUJ-NAPOCA

 Ready for college
@Readyforcollege

Follow

 Publish  Photo  Promote  View as

 No rating yet • Education • Cluj-Napoca, Romania

 Ready for college
May 6 at 3:22 PM · 🌐

- 👉 Are you a high school student?
- 👉 Curious about college?
- 👉 what is college like?
- 👉 How is the life of a college student?
- 👉 Are you worried about going to university?
- 👉 Don't worry! You're not alone because we're... More



college ready

Ready for college, Tuyết Lê and 25 others

Love Comment Share

 Ready for college
May 20 at 3:22 AM · 🌐

👉 **What are time management skills?**
Time management is the process of planning and practicing conscious control over a unit of time spent in a particular activity or series of activities to increase... More



Task To-do Project Plan Action/commitment

TIME MANAGEMENT

Ready for college, Tuyết Lê and 25 others 2 Shares

 Ready for college
May 22 at 4:07 AM · 🌐

? **How to focus better**
Concentration is a necessary requirement for all activities, especially studying and working. But there are too many distractions around that distract your focus. So how to focus... More



How To FOCUS better

Hey! Look at my phone

planio

Ready for college, Ánh 's Ánh and 21 others



17

Satul Vlaha

SEREȚAN GEORGETA-MARIA | SIMION ROXANA-LARISA | SIMON PAUL LAURENȚIU | STĂNILOIU MARIA-MAGDALENA |
ȘOIMU VLADA

1. MOTIVAȚIA

Pentru noi, lumea satului nu înseamnă doar peisaje frumoase, case tradiționale minunate, obiceiuri nemaivăzute, oameni calmi, cu povești care îți captează atenția de la primul cuvânt. Noi am reușit să vedem și partea mai nefericită a unui sat, am putut vedea problemele cu care localnicii se confruntă zi de zi, modul de trai inacceptabil, casele care stau să se dărâme, drumurile stricate, oamenii fără un loc de muncă și mai putem continua și cu alte exemple.

Ne-am dorit să schimbăm toate aceste aspecte negative începând dintr-un sat modest, aflat în județul Cluj, satul Vlaha, sat format în anul 1285, care în ziua de azi este locuit de aproximativ 971 locuitori. Prin urmare, ceea ce contează pentru noi este să oferim un trai mai bun atât oamenilor care locuiesc deja acolo, cât și celor care vor locui. Dorim ca localnicii să aibă **motive să rămână** în acest sat și să fie mândri de el.

Astfel, scopul educațional al acestui proiect va consta în **acumularea de cunoștințe** noi, în diferite domenii mai puțin cunoscute de lumea largă. Răbdarea, toleranța, adaptabilitatea la situații noi, politețea, comunicarea, curajul și punctualitatea sunt calități pe care dorim să le dezvoltăm prin organizarea proiectului.

De asemenea, participanții la proiect vor fi motivați mai ales de posibilitatea recunoașterii satului lor la un nivel mai ridicat de către ceilalți. Un sat recunoscut, promovat și vizitat de turiști va crește și dorința autorităților de a investi mai mult în acea localitate, sporind nivelul de trai al localității. Dorința de a face o schimbare și de a evolua, reprezintă o motivație atât pentru participanții comunității, cât și pentru organizatorii proiectului.

2. DIAGNOSTICUL

Descrierea problemei

Prin existența parcului Arkhai, satul Vlaha reprezintă un spațiu rural care merită într-adevăr vizitat. Acest aspect este confirmat și de un articol actual de pe platforma „Știri de Cluj”, denumit „Destinații în apropiere de Cluj, numai bune pentru o plimbare în weekend”, articol în care Parcul Arkhai face parte din cele 8 destinații propuse, fiind un loc în care „o plimbare obișnuită prin natură se transformă într-o vizită în muzeu.” Conform articolului *“Câte ceva despre români și maghiari în trecut”* din Sinteza, atât parcul cât și satul sunt cu specific unguresc, iar oamenii de acolo sunt cu adevărat

primitori. Maghiarii au evoluat foarte frumos, integrându-se în românilor, în ciuda contextului istoric, mai puțin prietenos.

Problemele cu care se confruntă locuitorii satului sunt diverse, începând cu drumurile degradate care ar trebui modernizate, rețeaua de apă, căreia ar trebui să i se acorde o atenție deosebită, lipsa unor magazine bine aprovizionate, care le-ar putea asigura procurarea celor necesare, lipsa locurilor de joacă pentru copii, până la lipsa școlii gimnaziale, pe care copiii satului sunt nevoiți să o frecventeze într-o altă localitate, școala din sat fiind una pentru clasele I-IV.

Identificarea nevoilor

O altă problemă identificată la nivelul satului este lipsa unei biblioteci pentru copii, care ar reprezenta un loc plin de culoare și de lumină unde ar putea avea acces nu doar la cărți, ci și la audiobook-uri, filme sau muzică, diferite jocuri educative, calculatoare, softuri și conexiune la internet.

Tot în acest cadru s-ar putea desfășura ateliere de creație, unde copiii acestei comunități și-ar putea dezvolta abilități de comunicare, de relaționare interpersonală sau ar desfășura activități artistice și culturale, dezvoltându-și astfel diferite competențe și abilități, înlăturând plictiseala și monotonia unui trai în mediul rural.

De asemenea, deși Parcul Arkhai se bucură de unicitate la nivel global, nu este cunoscut îndeajuns încât investițiile la nivelul satului să fie semnificative pentru un trai decent al majorității locuitorilor. Considerăm că prin promovarea atracției turistice menționate, vom semnala și problemele existente la nivelul satului, printre care cele enumerate mai sus.

Dificultăți

Obstacolul major care ne-ar putea împiedica să ducem proiectul la bun sfârșit în modul dorit de către noi este reprezentat de posibila pasivitate a autorităților și a persoanelor cu putere de decizie din sat, persoane care ar putea fi parteneri în proiect dacă vor dori să coopereze.

Resurse

Resursele de care dispunem sunt limitate, printre acestea amintind platformele de social media (pentru promovarea online) și mijloace de transport, pentru a observa personal situația în timp real în satul Vlaha.

3. DEZVOLTAREA ȘI PLANIFICAREA PROIECTULUI

Obiective

Obiective SMART:

- ✓ 1. *Luarea legăturii cu agențiile de turism pentru a introduce satul pe traseele acestora.*
- ✓ 2. *Creșterea atenției autorităților în ce privește starea satului.*
- ✓ 3. *Promovarea satului Vlaha în rândul tinerilor și adulților din România prin platforma Instagram.*

Scop

Scopul principal al proiectului nostru constă în **promovarea satului Vlaha** și readucerea satului în vizorul turiștilor. Ne dorim ca tinerii din România să cunoască acest loc minunat, unde s-au păstrat tradițiile și frumusețea naturii. Ne-am axat și pe **îmbunătățirea** traiului de viață al sătenilor și a salubrității satului.

Am încercat să luăm legătura cu sătenii, pentru a înțelege corect problemele cu care se confruntă, dar, din păcate, puțini dintre ei s-au oferit să ne vorbească despre problemele satului sau ale comunității. Am realizat că persoanele în vârstă se simt neglijate și uitate – o altă problemă importantă.

Beneficiari

Beneficiarii proiectului nostru sunt **locuitorii satului Vlaha**, atât tinerii care continuă să locuiască în satul natal, cât și bătrânii, întrucât promovarea satului Vlaha va crește interesul turiștilor.

Activități

În acest sens, am creat o pagină de **Instagram** pentru a promova satul și a capta interesul oamenilor (anexa 1). Pe feed-ul paginii am avut câte două postări pe săptămână, unde am scris despre atracții turistice, precum: Biserica romano-catolică „Înălțarea Domnului”, râul ce străbate satul, Parcul de sculptură Arkhai. Am încercat să fim cât mai activi online și am adunat 120 de urmăritori pe platforma Instagram. Nu am avut posibilitatea să organizăm evenimente în localitate, dar am comunicat cu sătenii și am făcut poze, videoclipuri pentru a arăta frumusețea satului.

În plus, am organizat un **webinar** (anexa 2), în cadrul căruia am vorbit despre sculptură, și anume despre **Parcul de sculptură Arkhai**, creat de sculptorul și artistul plastic clujean Erno Bartha. Parcul este unic în lume datorită **sculpturilor** din fân de dimensiuni monumentale și servește drept centru multicultural. După webinar am realizat un **concurs** în care câștigătorii au primit preseturi la alegere.

4. IMPLEMENTAREA

Primul pas a fost să luăm legătura cu **agențiile de turism**, pentru a include satul pe traseele lor. Ne-am organizat și am început să creăm broșuri online și prezentări despre satul Vlaha și împrejurimile sale.

Pentru parteneriat, am luat legătura cu **Parcul de Sculpturi Arkhai**, situat în satul Vlaha, și cu care am colaborat pe toată durata proiectului. Noul obiectiv a fost promovarea parcului, culturii și artei, deoarece acesta reprezintă un mini-centru cultural, unde se desfășoară multe evenimente, precum seri de filme, concerte, concursuri cu câini și degustări de vin. Prin intermediul acestuia puteam oferi satului o vizibilitate mult mai mare.

Activități

Planul de comunicare a fost realizat prin social media, prin pagina de **Instagram @vlaha.county** pentru a promova și a aduce în atenția oamenilor locurile din zonă. Am postat constant, aproximativ de trei ori pe săptămână, oferind informații despre **Parcul de Sculpturi Arkhai**, **Biserica Romano-Catolică**, **pensiunile** din zonă și alte subiecte de interes pentru comunitatea Vlaha.

Primul eveniment din cadrul proiectului s-a desfășurat pe **Zoom** și a fost axat pe istoria Parcului de Sculpturi Arkhai. Au participat 23 de persoane, iar invitata noastră, Denisa Seicoan, reprezentanta parcului, ne-a vorbit despre fiecare lucrare și despre artistul Erno Bartha. La final am organizat un joc **Kahoot** pentru a testa cunoștințele participanților despre parcul Arkhai. Au fost trei câștigători care au primit diplome personalizate (anexa 3).

Activități

A doua activitate a fost un **concurs**, o vânătoare de locuri din satul Vlaha, anunțat pe Instagram. Participanții trebuiau să trimită **poze** făcute de ei sau găsite online cu locurile indicate. Au participat cinci persoane, iar trei au fost câștigători care au primit preset-uri pe platforma "sunlightstudio.online". Concursul a avut succes, iar implicarea participanților a reprezentat un pas înainte pentru proiect.

5.FINALIZARE ȘI MULTIPLICARE

Considerăm că obiectivul major, cel care a constat în promovarea imaginii satului Vlaha din județul Cluj a fost atins, chiar dacă doar parțial. Apariția distincțiilor semnificative între unele așteptări setate de către noi la începutul proiectului și rezultatele finale, a fost cauzată de anumite obstacole și limite.

Obiectivul principal al proiectului a fost promovarea satului Vlaha, din județul Cluj, în special prin activități online. Deși nu toate obiectivele au fost atinse, promovarea în mediul digital a fost un real succes. Am creat pagina de Instagram vlaha.county, care a atras 120 de urmăritori și 753 de aprecieri la 10 postări, și am colaborat cu Parcul de Sculpturi Arkhai, partenerul nostru local.

Printre dificultățile întâmpinate s-au numărat refuzurile primite de la agenții de turism și o implicare redusă din partea comunității. Totuși, aceste provocări ne-au ajutat să ne adaptăm, să învățăm să lucrăm în echipă și să ne reorganizăm obiectivele. Am reușit să desfășurăm două activități majore: un webinar despre Parcul Arkhai și un concurs interactiv pentru promovarea locurilor din Vlaha.

Proiectul ne-a oferit lecții valoroase despre comunicare, răbdare și aprecierea tradițiilor rurale. Am învățat ce înseamnă ospitalitatea, pasiunea pentru artă și importanța promovării valorilor locale.

Considerăm că proiectul are un potențial real de continuare și că Vlaha este doar unul dintre multele sate din România care merită vizitate și sprijinite. Astfel de inițiative, prin implicarea tinerilor, pot contribui semnificativ la dezvoltarea turismului rural și la susținerea comunităților locale.

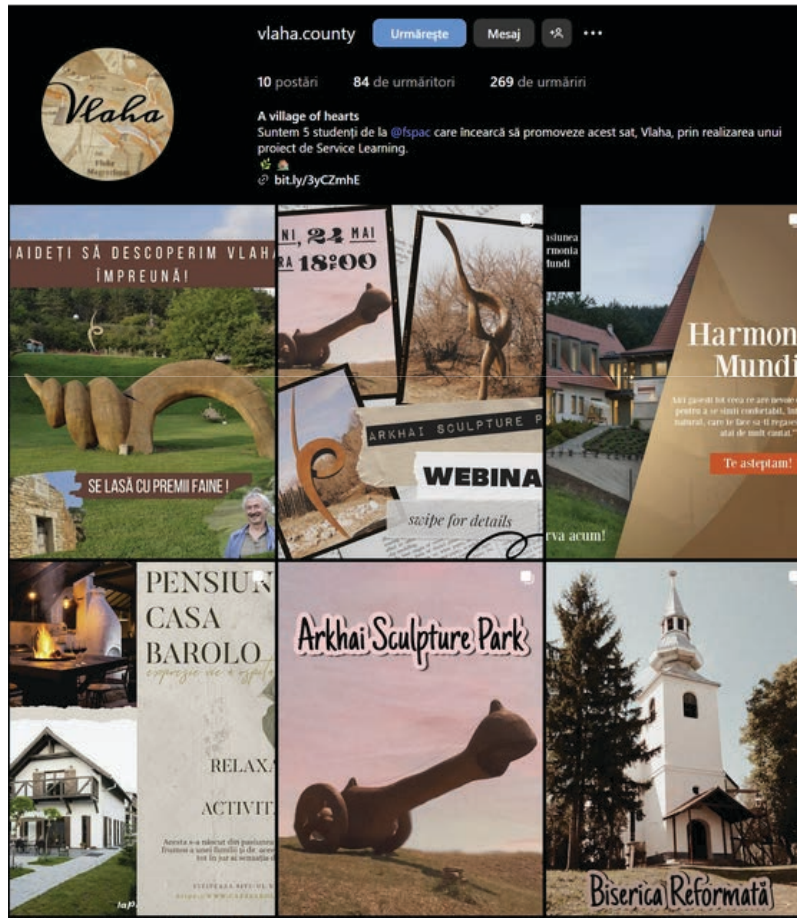
BIBLIOGRAFIE:

Știri de Cluj. (2021). *Destinații în apropiere de Cluj, numai bune pentru o plimbare în weekend*. <https://www.stiridecluj.ro/travel/destinatii-in-apropiere-de-cluj-numai-bune-pentru-o-plimbare-in-weekend>

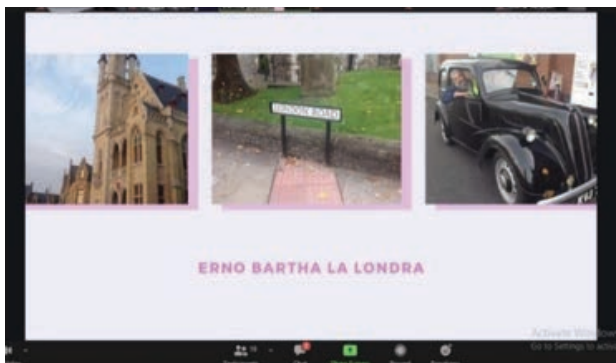
Popescu, I. A. (2019, 2 septembrie). Câte ceva despre români și maghiari în trecut... Ziarul Națiunea. Recuperat de la Sinteza. (an). Câte ceva despre români și maghiari în trecut. <https://www.revistasinteza.ro/cate-ceva-despre-romani-si-maghiari-in-trecut>

ANEXE:

Anexa 1:



Anexa 2:



Anexa 3:





ISBN 978-606-37-2768-9