

# Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

*Victor-Alexandru Briciu*

*Dumitrita-Valentina Baci*



CNFIS-FDI-2024-F-0419 - f2f/e-DESTIN

Ediția 2024



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

## Cuprins

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Cuvânt înainte .....</b>                                                    | <b>2</b>  |
| <b>Vloggingul: O nouă formă de exprimare în era digitală .....</b>             | <b>3</b>  |
| <b>Vloggerii ca modele: Impactul asupra generației Z .....</b>                 | <b>9</b>  |
| <b>Vloggingul: instrument de dezvoltare a abilităților de comunicare .....</b> | <b>14</b> |
| <b>Ghidul vloggerului începător: sfaturi practice .....</b>                    | <b>18</b> |
| <b>Vloggingul în educație: oportunități și provocări .....</b>                 | <b>27</b> |
| <b>Bibliografie .....</b>                                                      | <b>31</b> |



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Cuvânt înainte

Ghidul privind abilități de comunicare prin vlogging își propune să ofere un prim contact cu înțelegerea unui subiect nu numai modern, dar și agreat de studenți, o metodă de comunicare la nivel interuman care are din ce în ce mai mulți adepți. Vă invităm să aflați câteva informații utile despre vlogging, informații care sperăm să vă ajute nu doar în relația cu colegii voștri, dar și în relațiile cu profesorii sau viitorii angajatori.

Acest ghid explorează vloggingul ca fenomen social și instrument de comunicare, analizând impactul său asupra comportamentului tinerilor și potențialul său în dezvoltarea abilităților de comunicare ale studenților. Veți descoperi cum vloggingul poate contribui la îmbunătățirea exprimării orale și scrise, la creșterea încrederii în sine și la dezvoltarea creativității. De asemenea, ghidul oferă sfaturi practice și reguli clare pentru realizarea unor vloguri de calitate, abordând aspecte tehnice, etice și de conținut. Veți învăța cum să vă planificați vlogurile, cum să alegeți echipamentul potrivit, cum să vă prezentați în fața camerei și cum să interacționați cu publicul.

Sperăm că acest ghid vă va inspira să explorați lumea fascinantă a vloggingului și să descoperiți noi modalități de a vă exprima și de a vă conecta cu ceilalți.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Vloggingul: O nouă formă de exprimare în era digitală

În era digitală, odată cu explozia platformelor Social Media, a apărut un nou fenomen care a captat atenția generației tinere: vloggingul. Această formă de exprimare online, caracterizată prin spontaneitate și autenticitate, a devenit rapid un instrument popular de comunicare și de construire a identității.

Acest ghid explorează emergența și evoluția vloggingului, de la originile sale în blogging până la impactul său asupra modului în care tinerii se exprimă și interacționează în mediul online. Vom analiza caracteristicile definitorii ale vlogurilor, precum și rolul editării în crearea unui conținut atractiv și autentic.

De asemenea, vom discuta despre provocările etice și sociale pe care le ridică vloggingul, cu accent pe protejarea drepturilor de autor și a confidențialității în contextul libertății de exprimare online.

Vlogul își are rădăcinile în blog, fiind o alternativă a sa, care a apărut pentru prima dată în anul 2000 în Statele Unite ale Americii, iar în mai puțin de cinci ani a devenit în mod surprinzător cea mai utilizată metodă de exprimare a adolescenților și nu numai.

Termenul de vlog este destul de cuprinzător deoarece se referă în general la toate videoclipurile online fie că sunt de tip single sau serial, care implică un anumit mod caracteristic de adresare: unul obișnuit.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Conform descrierii lui Wesch (2009), vlogurile sunt videoclipuri în care oamenii stau în fața unei camere web și se adresează celor care sunt interesați să dea click pe videoclipul lor, fără să aibă un destinatar concret definit. Sunt adresate tuturor sau foarte confuz adresate comunității platformei pe care este postat videoclipul, cum ar fi de exemplu Youtube.

În România vloggingul a apărut în anul 2011, fiind definit ca un jurnal video care conține gândurile, părerile sau experiențele filmate, iar apoi publicate pe Internet.

Vlogul a devenit popular în rândul tinerilor și nu numai, asemeni blogului, din motive care oferă oamenilor indiferent de vârstă, profesie, orientări politice sau religioase, posibilitatea sau altfel spus o ieșire din anonim și punerea în evidență a pasiunilor. Acest lucru a adus de la sine o dezvoltare a personalității.

În plus, vlogul a contribuit la promovarea mai profundă și mai personală a conexiunilor dintre creatori și diferite segmente de public, prin faptul că vloggeri creează constant conținut ce are la bază povestea lor de viață, aspect care atrage urmăritori, deoarece unii se regăsesc în aceste povești, în timp ce alții tind să își modeleze viața după relatările experienței creatorului. Luszczynska și Schwarzer (2005) susțin că teoria cognitivă socială justifică parțial dependența utilizatorilor de conținut video, manifestarea lor cu privire la anumiți producători de conținut, comportamentul lor pe platforma video și felul în care manierele lor în viața reală sunt influențate de conținutul urmărit. În mod neașteptat, se

întâmplă destul de des ca urmăritorii să aplice conduite noi după ce urmăresc anumiți creatori de conținut și observă acțiunile lor.

În scopul atragerii unui număr consistent de urmăritori, vloggerii apelează la editarea videoclipurilor. În sprijinul acestei afirmații vin Biel și Perez (2011): „în timp ce unii vloggeri postează scene naturale, care nu au fost supuse programelor de editare, alți vloggeri încarcă videoclipuri editate, selectând în mod conștient fragmente de imagini conversaționale și adaugă coloane sonore, deschideri, finaluri și alte fragmente video care nu sunt neapărat conversaționale, dar care însoțesc, ilustrează sau colorează monologurile lor.” (Biel & Perez, 2011, p. 27)

Editarea video cuprinde procesul de reorganizare și de modificare a fragmentelor din videoclipul original în vederea obținerii unei noi piese. Vloggerii aleg să utilizeze software-uri de editare video în vlogul lor, cu scopul de a crea videoclipuri mai atractive pentru public. Obiectivele editării video pentru vlog sunt aceleași precum cele stabilite în editarea filmelor: eliminarea segmentelor nedorite, păstrarea imaginilor dorite și aranjarea filmărilor în timp pentru a forma o nouă piesă de filmare.

Cu toate acestea, evitarea utilizării în exces a programelor de editare poate reprezenta un punct forte, deoarece alegerea vloggerului de a se prezenta într-un videoclip fără filtre, transmite ideea de onestitate și sinceritate. Transparența autorului în acest sens, poate aduce un câștig din partea privitorului, deoarece șansele sunt mult mai mari ca acesta din urmă să aibă încredere în discursul vloggerului.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Andymooseman susține într-un vlog propriu că un videoclip care inspiră încredere, în mod obișnuit nu este editat: „Ar trebui să vezi o persoană reală. [...]. Poți avea vloguri planificate, poți avea vloguri neplanificate. Unele dintre cele mai bune vloguri pe care le-am văzut sunt needitate.” (*Andymooseman, 2008*). Cu alte cuvinte în această afirmație este conectat stilul de vlogging real, needitat, cu expresia de sine și comunitară, ceea ce implică editarea este o formă anti-comunitară, lipsită de conținut sau orientată spre piață.

Într-o altă ordine de idei, vlogurile se caracterizează conform lui Werner (2012), prin spontaneitate și nu necesită o învățare anterioară, deși sunt preînregistrate, acestea sugerează vioiciune. Sunt spontane deoarece creatorul trebuie să fie pregătit, chiar dacă nu a plănuț să filmeze, să surprindă momente care pentru publicul său reprezintă interes. De asemenea, vloggerii obișnuiesc să filmeze fie în timp ce se plimbă, fie în timpul unui eveniment important sau în propria casă prin surprinderea unor acțiuni care țin de rutina lor (filmează în timp ce gătesc, în timp ce se pregătesc de un eveniment), ori pur și simplu aleg să abordeze un subiect despre care să discute în fața camerei. Spații precum băile, camerele de zi și dormitoare oferă fundalul (slab luminat și nefocalizat) pentru marea majoritate a vlogurilor.

O problemă socială care vizează în mod direct vloggingul și vloggerii este compromisul dintre protecția drepturilor de autor și confidențialitatea consumatorilor față de utilizarea și circulația liberă a informației.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Vloggingul oferă posibilitatea documentării, de a exprima opinii, emoții și de a articula liber ideile într-un conținut video expresiv; dar acest lucru nu înseamnă că vloggerii pot distribui în mod liber orice ar putea fi legat de drepturi private sau comerciale, fără autorizație.

Există diverse metode prin care datele confidențiale din vloguri (semnătura de exemplu), pot fi protejate, una dintre acestea este criptarea, tehnică prin care datele își modifică forma astfel încât devin nedescifrabile. O altă tehnică este filtrarea conținutului, prin urmare, este necesar ca fiecare creator de vlog să filtreze conținutul video care nu este în conformitate cu interesele utilizatorilor.

Cu alte cuvinte, creatorii de vlog au datoria de a lua toate măsurile de precauție cu privire la conținutul videoclipului, astfel încât acesta să nu încalce vreo lege. În situația în care autorul nu respectă regulile comunității în rândul căreia a distribuit materialul video, riscă să îi fie restricționat conținutul, iar în cazul repetării aceleași fapte, se poate ajunge la închiderea contului.

Nu în ultimul rând, vloggerii se confruntă cu problema nerespectării drepturilor de autor, riscând ca materialul lor să fie folosit în moduri nedorite, fără permisiunea sau consimțământul lor. Tocmai de aceea împărtășirea vieții personale pe Internet este o decizie strict personală și implică numeroase riscuri.

Vloggingul s-a impus ca o formă populară de exprimare și comunicare în rândul tinerilor, oferind o platformă pentru auto-promovare, conectare socială și dezvoltare personală. Acest capitol a evidențiat caracteristicile

cheie ale vloggingului, precum spontaneitatea, autenticitatea și conexiunea directă cu publicul.

Am văzut că editarea video joacă un rol important în crearea unor vloguri atractive, dar că autenticitatea și transparența sunt esențiale pentru a câștiga încrederea publicului. De asemenea, am discutat despre provocările etice și legale asociate cu vloggingul, subliniind importanța protejării drepturilor de autor și a confidențialității.

În final, vloggingul reprezintă o formă de exprimare puternică, cu un impact semnificativ asupra modului în care tinerii se conectează, comunică și se dezvoltă în era digitală.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Vloggerii ca modele: Impactul asupra generației Z

Tinerii din generația Z, numiți și *mileniali*, au crescut înconjurați de tehnologie, iar vloggingul a devenit o parte integrantă a modului în care se informează, socializează și își construiesc identitatea. Acest capitol al ghidului de față explorează influența crescândă a vloggerilor asupra comportamentului și percepțiilor acestei generații.

Vom analiza cum vloggerii, prin intermediul conținutului autentic și interactiv, au devenit modele și formatori de opinie pentru tineri. De asemenea, vom examina impactul vloggingului asupra comportamentului de consum, a stilului de viață și a formării opiniilor tinerilor, evidențiind atât aspectele pozitive, cât și pe cele negative.

Un accent deosebit va fi pus pe importanța conștientizării influenței vloggerilor și a dezvoltării unui spirit critic în receptarea și interpretarea informațiilor din mediul online.

În prezent, tinerii studenți și adolescenții se dezvoltă în epoca smartphone-urilor și nu se știe când au fost implicați în Social Media. Aceștia se numesc Generația Z și sunt definiți în funcție de anul nașterii, cei născuți în intervalul sfârșitul anilor 1990 până în 2010 sunt numiți mileniali și urmăresc mai puține emisiuni tradiționale de televiziune, consumând mai mult conținut digital de pe site-uri precum YouTube.

Westenberg (2016) amintește în teza sa de doctorat un studiu pe care l-a găsit în revista *Variety* și care demonstrează că șase influenceri din zece



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

sunt youtuberi pentru copiii cu vârste între 13-18 ani. Deși YouTube se adresează tuturor categoriilor de vârstă, este foarte popular în rândul tinerilor tocmai datorită dezvoltării vloggingului pe această platformă. Videoblogging este una dintre tehnologiile de ultimă oră care a reușit să deschidă noi căi de comunicare și care a atras din ce în ce mai mulți tineri, devenind vocea acestora.

Astfel, unul din motivele pentru care tinerii sunt atrași de această formă de informare se referă la faptul că dincolo de conținutul videoclipului se află o persoană cu o viață normală și mult mai apropiată de spectator comparativ cu o vedetă celebră. „Tinerii simt că youtuberii sunt diferiți de vedete, deoarece cu youtuberii se simt familiarizați.” (*Balleys, Duque, Millerand & Thoër, 2020, p. 7*).

Conform unei clasificări realizate de Fedele (2011), publicul poate atribui Social Mediei patru funcții: de divertisment, de consum, de narațiune și funcția de socializare. Aceste funcții aparțin rețelelor sociale precum Facebook, Instagram, Youtube și au un rol important în definirea procesului de construire a identității tinerilor utilizatori. Astfel, vloggerii jonglează cu aceste funcții ale rețelelor sociale și devin influenceri, protagoniști care inițiază tinerii în diverse domenii. Fie că ne raportăm la studenți sau adolescenți, ambele categorii au căutat întotdeauna modele pe care să le urmeze.

Dacă acum zeci de ani modelele însemnau bunicii, părinții sau alte persoane apropiate, mai târziu tinerii au început să se identifice cu celebritățile, cu vedetele pe care le urmăreau la emisiunile Tv.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

În prezent, cele două categorii de tineri au posibilitatea datorită accesului la Internet și apariției vloggingului să urmărească stilul de viață al unor persoane care nu neapărat sunt celebrite, ci sunt oameni simpli, care își doresc să își expună felul în care trăiesc tocmai pentru a inspira și alte persoane orientate spre aceeași direcție sau care împărtășesc aceleași interese.

Altfel spus, vloggerii devin ghizi și modele, un tip de referință socială căutând să se conecteze cu adepții lor, iar tinerii dezvoltă un atașament față de acești creatori de conținut. „Tipul de interacțiune dintre youtuberi și adepții lor este important. Pe de o parte, youtuberii acționează ca modele, încercând să facă adepții să se identifice cu discursul lor și de asemenea, să câștige mai mulți subscrieri.” (*Ben-Boubaker, Pastor-Ruiz & Pérez-Torres, 2018, p. 67*).

Conform unui studiu realizat de autorii Cioban și Hatos (2019) având ca eșantion 196 de adolescenți, s-a demonstrat că o mare parte din tineri, 63,3% vizualizează vlogurile cu scopul de a se informa, pe când 80,6% susțin că accesează vlogul deoarece le place conținutul.

În ceea ce privește influența vloggerilor asupra comportamentului tinerilor se poate menționa că această influență se bazează pe credibilitate, adică cei dintâi optează mai întâi să câștige încrederea publicului, ca mai apoi să devină formatorii de opinie ai acestuia.

De exemplu, Selly, unul dintre cei mai urmăriți vloggeri din România a devenit formator de opinie pentru majoritatea adolescenților reușind să se axeze pe lângă diversele subiecte ale vlogurilor sale, pe nișa sistemului de învățământ românesc prin accentuarea ideii că își dorește o modernizare a sistemului, devenind astfel vocea tinerilor.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Dincolo de credibilitate, vloggerii sunt formatori de opinie pentru tinerii care aflați la început de drum nu au întotdeauna o opinie formată asupra unor domenii sau fenomene și astfel caută să acopere lipsa de cunoștințe într-un mod care să îi distreze.

Cu alte cuvinte, autenticitatea vlogerilor și inițierea în discuția unor subiecte intime, atrag tinerii deoarece le lasă impresia că tot ceea ce văd și aud este real, în cele din urmă se regăsesc în anumite situații, iar acest lucru îi determină să se lase influențați și să acționeze așa cum modelul sau ghidul din fața camerei acționează. „Youtuberii dobândesc un rol major vorbind despre probleme despre care adolescenții nu ar îndrăzni să vorbească cu alții oameni, iar experiențele lor personale pot influența puternic deciziile adeptilor și chiar procesul de comunicare cu mediul lor.” (Ben-Boubaker, Pastor-Ruiz & Pérez-Torres, 2018, p. 68).

Impactul pe care vloggerii îl au asupra tinerilor se poate traduce prin influența asupra stilului de viață, dacă o personalitate din mediul online postează des vloguri la sală, acest aspect poate determina și motiva spectatorul să meargă la sală cu scopul să aibă un corp perfect și un stil de viață sănătos. Din acest punct de vedere vloggingul are un efect benefic asupra urmăritorilor, deoarece influențează și determină persoana spre o schimbare în bine a stilului de viață.

Hainele scumpe, călătoriile, mâncarea sau alte lucruri extravagante sunt aspecte pe care influencerii le afișează cel mai des. În această direcție, videobloggerii au de multe ori puterea de a influența tinerii în sens negativ să își schimbe comportamentul sau să adopte o opinie.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Un exemplu relevant în acest caz poate fi promovarea unui produs costisitor, pe care tinerii îl percep ca fiind ceva benefic doar pentru că este recomandat de modelul lor în viață. Îmbrăcămintea vloggerilor de altfel, poate avea impact asupra tinerilor spectatori, deoarece aceștia își doresc să poarte haine asemănătoare cu influencerii, iar acest lucru le influențează comportamentul de cumpărare a articolelor vestimentare, motiv pentru care riscă să cheltuie bani în mod irațional. „Pe lângă comportamentul de cumpărare, youtuberii au și alte tipuri de influență asupra comportamentului tinerilor, aceștia copiază comportamentul youtuberilor pe care îl văd în videoclipuri, cum ar fi limba, îmbrăcămintea și acțiunile lor.” (Westenberg, 2016, p. 10).

În aceeași ordine de idei, influența sau formarea opiniei tinerilor de către vloggeri, nu întotdeauna are legătură cu moralitatea și etica, de multe ori se întâmplă ca opinia creatorului să nu fie întemeiată pe fundamente concrete sau corecte și în acest fel spectatorul își formează o opinie greșită sau dezirabilă.

Așadar, în ceea ce privește conștientizarea impactului vloggerilor asupra tinerilor, se poate adăuga că atât comportamentul de zi cu zi cât și comportamentul de cumpărare al studenților și adolescenților este influențat de creatorii de conținut, însă acest lucru nu este în totalitate negativ, deoarece tinerii au ocazia să își îmbunătățească nivelul de cunoștințe, limba engleză, să învețe sfaturi și trucuri practice, dar în același timp reprezintă și o sursă de inspirație.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Vloggingul: instrument de dezvoltare a abilităților de comunicare

Într-o lume globalizată, capacitatea de a comunica eficient a devenit o competență esențială, iar vloggingul se dovedește a fi un instrument valoros în dezvoltarea acesteia, în special în rândul tinerilor. Acest capitol explorează beneficiile vloggingului în îmbunătățirea abilităților de comunicare ale studenților, precum și impactul său asupra învățării limbilor străine.

Vom analiza cum vloggingul contribuie la dezvoltarea fluentei verbale, la creșterea încrederii în sine și la îmbunătățirea exprimării în public. De asemenea, vom examina studii de caz care demonstrează eficiența vloggingului ca instrument didactic în învățarea limbilor străine și în stimularea interacțiunii și a colaborării între studenți.

Un accent deosebit va fi pus pe modul în care vloggingul încurajează reflexivitatea, autoevaluarea și receptivitatea la feedback, contribuind astfel la o îmbunătățire continuă a abilităților de comunicare.

„În epoca mondializării capacitatea de a comunica a devenit un pilon important atât în formularea gândurilor cât și în claritatea expunerii lor. Eficientizarea comunicării a devenit o condiție indispensabilă a contemporaneității, valabilă pentru majoritatea domeniilor de activitate existente.” (*Bîrsan & Borș, 2020, p. 190*).

Vloggingul a devenit un mod de exprimare din ce în ce mai utilizat în rândul tinerilor, mai exact vocea acestora, fiind util atât pentru educație cât și pentru a învăța online lucruri noi. Totodată, vloggingul este forma de



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

comunicare și de interacțiune cu care tinerii se identifică, deoarece vlogul încurajează interacțiunea și este utilizat în exprimarea ideilor, sentimentelor și a creativității. În acest sens tinerii exersează comunicarea către public și își îmbunătățesc în mod semnificativ abilitățile de prezentarea de sine.

De asemenea, realizarea de vloguri oferă posibilitatea tinerilor de a-și exersa abilitățile lingvistice, fiind în cele din urmă un instrument didactic adecvat acestei categorii de vârstă. Authar și Muflihah (2020) au realizat un studiu cu obiectivul investigarea răspunsurilor tinerilor în utilizarea vlogului ca activitate de învățare și au implicat în cercetare treizeci de studenți, împărțiți în cinci grupuri, care au avut sarcina de a realiza vloguri. În urma cercetării s-a ajuns la convingerile că vloggingul i-a ajutat pe studenți să fie mai încrezători prin eliminarea timidității, mai expresivi și a încurajat munca în echipă prin rezolvarea conflictelor din interiorul acesteia.

Un alt beneficiu care a rezultat în urma studiului, în favoarea vlogului, se referă la îmbunătățirea și exersarea abilităților de comunicare. Astfel, s-a ajuns la concluzia că vloggingul poate deveni o metodă utilă pentru tineri, deoarece are posibilitatea de a ajuta în a perfecționa cu adevărat practica de vorbire.

În cele din urmă vloggingul are un rol important atât în dezvoltarea abilităților de comunicare a tinerilor cât și în determinarea acestora în învățarea sau exersarea unei limbi străine. De exemplu, Rahmawati (2018) menționează în studiul său, o tehnică prin care vloggingul a fost introdus în sistemul de predare și învățare cu scopul de a-i determina pe studenți să

învețe limba engleză, deoarece aceștia considerau dificil procesul de învățare a limbii.

Așadar, tehnica a fost adoptată de profesor pentru a le oferi tinerilor oportunitatea de a vorbi limba engleză, iar astfel la finalul experimentului s-a constatat că studenții au devenit mai încrezători în urma practicării vloggingului, în exersarea limbii engleze, deoarece a fost implementată o metodă diferită de învățare și mai apropiată de interesele lor.

De asemenea, într-un studiu, Anil (2016) a venit cu constatarea că tehnologia motivează și încurajează tinerii să învețe limba engleză într-un mod pozitiv, iar prin vlogging anxietatea de a învăța această limbă se reduce considerabil. „Vlogul este de ajutor studenților, deoarece aceștia sunt motivați și încurajați să-și exprime viziunea despre orice subiect în mod liber, dar într-un timp stabilit.” (Anil, 2016, p. 133)

Un alt aspect care susține ideea conform căreia vloggingul reprezintă un instrument util pentru perfecționarea comunicării, ar putea fi prelungirea timpului de vorbire. Cu alte cuvinte, tinerii exersând comunicarea prin vlog, nu vor mai avea rețineri în a vorbi despre un subiect și în a se prezenta.

În aceeași ordine de idei, El-Garawany (2017) consideră ca videobloggingul este benefic pentru studenți, deoarece sporește reflexivitatea și capacitatea de gândire totodată, dar este util în îmbunătățirea abilităților de comunicare, deoarece oferă posibilitatea de a reflecta asupra propriilor neajunsuri și greșeli, precum și asupra punctelor tari.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Astfel, videoclipurile permit vizualizarea repetată, aspect care oferă șansa creatorului să observe eventualele erori de comunicare și să le corecteze, totodată benefic este să urmărească și vlogurile altor colegi, de unde se pot inspira.

Un alt beneficiu pentru dezvoltarea abilităților de comunicare prin intermediul vlogului, este posibilitatea de a primi feedback.

Părerile celor care vizualizează videoclipul, criticile aduse au rolul de a stimula creatorul să refacă vlogul sau să acorde mai multă atenție anumitor aspecte în următoarele creații.

Vloggingul reprezintă un instrument pedagogic inovator cu un potențial semnificativ în dezvoltarea abilităților de comunicare ale studenților. Acest capitol a evidențiat beneficiile vloggingului în îmbunătățirea fluentei verbale, a încrederii în sine și a capacității de exprimare în public.

Am văzut că vloggingul poate fi integrat cu succes în procesul de învățare a limbilor străine, contribuind la reducerea anxietății și la stimularea motivației studenților. De asemenea, vloggingul încurajează reflexivitatea și autoevaluarea, oferind studenților oportunitatea de a-și identifica punctele tari și slabe în comunicare și de a-și îmbunătăți performanțele.

În concluzie, vloggingul reprezintă o modalitate modernă și eficientă de a dezvolta abilitățile de comunicare ale studenților, oferindu-le o platformă interactivă și stimulativă pentru exprimare, învățare și colaborare.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Ghidul vloggerului începător: sfaturi practice

Vlogurile sunt definite adesea ca mod simplu de adresare video și la îndemâna oricui, însă lucrurile sunt mai complicate de atât. Nu oricine poate face vlogging, fără o pregătire și un plan bine structurat, fără echipamente și fără creativitate, șansele de a fi remarcat în acest domeniu sunt mici. Vloggerul este persoana care își expune viața, trăirile, experiențele pe ecran. Un vlog este o postare video interactivă despre evenimentele viitoare sau viața de zi cu zi a unui vlogger, precum și orice altă activitate pe care vloggerul o consideră demnă de menționat printr-un videoclip.

Există numeroase tipuri de vloggeri și de vlogging, astfel că atunci când o persoană își propune să facă vlogging trebuie să își aleagă o nișă. Această nișă de obicei se alege în funcție de valorile, interesele și înclinațiile creatorului. Boer, Neal și Westlake (2015) menționează o clasificare propusă de Bingham, a tipurilor de vlogging: personal, umoristic, modă și frumusețe, călătorie, știință și educație, știri/noutăți și comentarii, experimental.

Vlogul personal este ales de cei care preferă să vorbească în fața camerei despre propria viață și despre probleme pe care le-au întâmpinat recent. Fiecare creator de videoclipuri care alege această nișă trebuie să ia propriile decizii în privința nivelului de deschidere cu care se simte confortabil.

Vlogul umoristic, sau de comedie conține subiecte la fel de extinse ca actualitățile, anecdotele sau subiectele la modă, însă diferă modul de prezentare caracteristic comicului.

În acest gen de vlogging editarea este un aspect important, deoarece de cele mai multe ori umorul este în corelație cu ritmul. Tipurile de vlog orientate pe partea de modă și frumusețe au de obicei un public consistent, iar formatul acestor videoclipuri poate varia de la recenzii vocale simple până la fotografii de modă cu o nouă ținută.

Adesea sunt utilizate tehnici de producție și editare asemănătoare cu cele din videoclipurile glamour, publicitare sau muzicale. Deși subiectele acestui gen, vizează în special femeile, în prezent există din ce în ce mai multe videoclipuri pe această temă realizate de bărbați.

Un mare succes înregistrează vloggingul de tip călătorie, deoarece aduce o oportunitate unică de a călători, de a explora lumea și de a surprinde spontan momente pe care o producție de televiziune le-ar putea pierde.

În ceea ce privește domeniul științei și al educației, vloggingul este considerat vocea tinerilor și poate avea rol de punte între școli, organizații și instituții care întâmpină dificultăți în a ajunge online la publicul tânăr.

O altă nișă se referă la noutăți/știri și comentarii, astfel vloggerii în loc să discute despre propria viață, abordează subiecte precum actualitatea, cultura sau arta. Creatorii de vlog pot face știrile mai

agreabile, pot pune accent pe problemele pe care le consideră importante și își pot exprima părerea.

Pe de altă parte, mai există vloggingul de tip experimental, care încurajează creatorii să îmbine celelalte genuri, deoarece vloggingul nu impune limite când vine vorba despre abordarea subiectelor.

Majoritatea vloggerilor aleg să prezinte subiecte din domenii diferite. De asemenea, autorii Boer, Neal și Westlake (2015) remarcă faptul că genurile de vlogging sunt greu de definit, iar lista temelor de vlogging nu are o limită. Orice subiect poate fi abordat într-un videoclip și astfel se poate forma o altă nișă. Așadar, marea majoritate a vloggerilor nu se încadrează într-una dintre categoriile de mai sus, ci mai degrabă în mai multe.

Un aspect important pe care fiecare vlogger aflat la început de drum trebuie să îl cunoască este necesitatea dobândirii unor abilități, printre care menționez: capacitatea de a elabora un scenariu bun și de a avea o viziune clară asupra tipului de canal care urmează să fie creat. În aceeași etapă, cea de inițiere, apare în mintea individului un conflict interior, determinat de trei frici, pe care autoarea Schmittauer (2017) le clasifică în felul următor: frica de echipament, frica de personalitate și frica referitoare la rentabilitatea investiției. Astfel că teama de echipament se definește prin impresia greșită conform căreia, pentru crearea de videoclipuri excelente este nevoie de echipament costisitor și performant. Lucrurile însă, nu sunt chiar așa, deoarece există oameni de succes care profită de fiecare ocazie și



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

se descurcă cu ceea ce au în prezent. Cu alte cuvinte, nu este necesar cel mai bun echipament pentru a împărtăși mesajul.

Pe de altă parte, frica de personalitate apare atunci când există reținerea de a fi autentic în fața camerei. Oamenii au obiceiul de a se compara cu modele lor sau cu alte persoane de succes, fapt care îi îndepărtează în încercarea de a fi asemenea altora, de propria persoană. Creatorul de vlogging trebuie să fie original și pregătit să își împărtășească propria personalitate.

Cea de-a treia teamă se referă la rentabilitatea investiției și își are rădăcina în îndoiala că beneficiile vloggingului nu sunt echitabile în raport cu costul și timpul investite în crearea de conținut.

Vlogul, considerat un jurnal video realizat cu scopul împărtășirii experiențelor, gândurilor și ideilor, necesită efort dincolo de competențele digitale pe care le deține creatorul.

Deși, în prezent oricine poate deveni vlogger, pentru a fi unul recunoscut este nevoie de mai mult decât deschiderea unui canal pe o platformă.

În căutarea pașilor necesari de parcurs pentru a deveni vlogger, sunt de evidențiat în acest ghid mai multe variante, astfel că vom încerca să îmbinăm modelele găsite.

Conform lui Mbabazi (2020), după crearea canalului pe platformă, este importantă stabilirea nișei, a temei principale a vlogului. Acest pas este esențial în identificarea publicului țintă. „Concentrarea pe un subiect

care te pasionează, nu numai că te va ajuta să creezi conținut excelent, ci te va motiva de asemenea, să te ocupi de el [...] și va permite restrângerea publicul țintă." (Boer et al, 2015, p. 31).

Un alt pas pe care Mbabazi îl menționează este crearea conținutului de calitate, astfel că videoclipurile se definesc prin claritate din toate punctele de vedere. Deși la început este posibil ca vloggerii să nu își permită o cameră video profesională, pot utiliza telefonul, cu precizarea că ar trebui evitată folosirea camerei frontale, datorită clarității scăzute.

Pentru a crea conținut de calitate acesta trebuie planificat într-un mod în care publicul să fie atras, aceasta este calea prin care se obțin vizualizări și abonați.

Totodată, conținutul trebuie să fie original, să atragă publicul astfel încât să îl distribuie. O acțiune pe care fiecare vlogger trebuie să o practice este optimizarea titlurilor videoclipurilor, adică includerea în titlu a cuvintelor cheie care înglobează conținutul vlogului. Acest lucru poate ajuta la creșterea numărului de vizualizări, deoarece cuvintele cheie determină motoarele de căutare să afișeze conținutul atunci când cineva caută informații despre subiectul respectiv.

De asemenea, un vlogger pentru a avansa și a deveni recunoscut trebuie să fie consistent, deoarece un canal de succes nu se construiește atunci când creatorul postează un videoclip, iar apoi face o pauză și re apare după o perioadă îndelungată. Consistența este un element esențial, pauzele lungi îi determină pe abonați să caute alte canale care au activitate, iar astfel șansele de a readuce pe canalul propriu nu sunt foarte mari.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Un aspect pe care atât Mbabazi, cât și Boer, Neal și Westlake îl amintesc în cadrul pașilor care trebuie urmați de un vlogger, este îndemnul de a fi original, de a fi persoana însăși în vlogurile pe care le creează. Publicul apreciază creatorii de vlog pentru că se prezintă așa cum sunt, cu propriile credințe, opinii și idei, pentru că sunt reali. Un ultim pas de parcurs din perspectiva lui Mbabazi este acela de a căuta inspirație, iar absența ideilor despre o anumită temă nu trebuie să descurajeze un vlogger. Soluțiile pe care le poate folosi când se află lipsit de inspirație sunt: călătoria, întâlnirea cu oameni noi, precum și implicarea în diverse activități menite să trezească creativitatea.

Cu privire la calitatea producției, Schmittauer (2017) pune la dispoziție șapte idei care fac referire la aspectele ce necesită atenție în realizarea unui videoclip.

O atenție deosebită este îndreptată către partea din corpul individului, care se află în cadru. De cele mai multe ori cadrul surprinde partea de deasupra capului și partea superioară a corpului, încadratură ce poate fi numită plan mediu sau prim-plan. O îndepărtare prea mare de cameră și includerea întregului corp în cadru pe toată durata vlogului, pot fi receptate ca un aspect nefiresc din partea spectatorilor. Autoarea atrage atenția asupra spațiului de deasupra capului care apare în cadru. Un spațiu prea mare înseamnă că individul apare în jumătatea inferioară a cadrului camerei, fapt ce relevă că există prea mult spațiu inert. Regula generală este ca obiectivul camerei să se afle la nivelul ochilor. Un truc și o abatere de la această regulă, poate ajuta persoanele nemulțumite de aspectul fizic datorită unor kilograme în plus. Astfel, ajustarea obiectivului în așa fel încât



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

să fie mai mare decât nivelul ochilor poate oferi o imagine în care persoana din cadru arată mai suplu comparativ cu realitatea.

Un alt sfat este ca înainte de a filma varianta finală a videoclipului, să fie realizate câteva înregistrări ca test, urmate de vizualizarea pe un ecran complet, deoarece acest lucru poate conduce la evitarea situației în care apar în cadru obiecte sau părți ale mediului de filmare inestetice sau nedorite.

De asemenea, sunetul este foarte important, dacă se aud zgomote pe fundal, iar sunetul nu este fluid, poate afecta un videoclip foarte bine realizat și reprezintă o experiență deranjantă pentru spectator. În acest caz, pentru a estompa posibilele zgomote care nu au legătură cu subiectul vlogului, se recurge la utilizarea unor programe de editare. În aceeași ordine a importanței, se încadrează și calitatea imaginii, mai ales dacă editarea se face la un nivel profesional.

Sunetul și imaginea, audio-vizualul, sunt aspecte extrem de importante mai ales în primele secunde ale materialului, pentru captarea atenției publicului.

Ultimul sfat al autoarei Schmittauer, cu privire la calitatea din punct de vedere tehnic a vlogului, este mai mult o încurajare în a comite greșeli, deoarece este singurul mod în care creatorul acumulează experiență, prin efort și prin greșeli. Vloggerii aflați la începutul acestui drum, nu vor realiza vloguri impecabile din punct de vedere tehnic, întotdeauna va exista loc de mai bine, dar cu fiecare videoclip realizat se poate învăța ceva, iar greșelile au rolul de a atrage atenția creatorului și de a-l ambiționa să exceleze.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

În cele spuse anterior despre pașii pe care un viitor vlogger trebuie să îi parcurgă, am amintit că este fundamental să fie el însuși. Motivul pentru care acest aspect este esențial îl constituie situația în care vloggingul propune o perspectivă și furnizează informații publicului despre creator și ce are acesta de oferit.

Prezentarea propriei persoane are o semnificație aparte, iar Boer, Neal și Westlake atrag atenția asupra privirii vloggerului atunci când se prezintă: „Uită-te întotdeauna la cameră atunci când înregistrezi, vlogul va deveni mai captivant. Privitorul va simți că vorbești direct cu el.” (Boer et al, 2017, p. 35).

Referitor la prezentarea de sine, cei trei autori pun la dispoziție câteva sfaturi pe care fiecare vlogger ar trebui să le ia în considerare. În primul rând practica are un rol principal, iar repetarea discursului în fața oglinzii poate fi de mare ajutor, pentru că permite analiza limbajului nonverbal. În al doilea rând, o piesă de bază este claritatea cu care se comunică, deoarece scopul este ca publicul să înțeleagă ceea ce vloggerul transmite.

Un discurs clar înseamnă rostirea cuvintelor într-un ritm bun și uniform, iar realizarea unui script poate fi de ajutor atât pentru claritate cât și pentru organizarea cuvintelor.

Dincolo de claritate, autorii atrag atenția asupra limbajului, deoarece anumite cuvinte pot avea înțelesuri opuse în alte țări, de aceea limbajul argotic trebuie evitat atât cât este posibil.

Atitudinea pozitivă atunci când creatorul vorbește despre sine, denotă publicului ideea că, cel dintâi este încântat să împărtășească

crediințele personale și propriile interese. Mai mult de atât pesimismul și negativitatea nu atrag audiența, ci tind să îi determine pe urmăritori să nu mai urmărească persoana respectivă.

La fel de mult ca atitudinea pozitivă, contează și interacțiunea cu publicul, de fapt cele două reprezintă o pereche indispensabilă a vlogului de succes. Autorii consideră interacțiunea un mod prin care creatorul poate demonstra că este interesat de opiniile publicului său, tocmai de aceea o mutare excelentă este mulțumirea prin comentarii adresată privitorilor pentru vizualizarea vlogului și îndemnul să își exprime părerile despre ce au văzut și ce anume și-ar dori să vadă în viitor.

Un ultim sfat în prezentările despre propria persoană este de a rămâne în siguranță online. Deși, vor apărea critici sau amenințări, acestea nu se tolerează ci trebuie raportate, iar vloggerii nu trebuie să divulge informații personale, astfel, nu vor avea motive să se teamă că siguranța lor este pusă în pericol.



### Vloggingul în educație: oportunități și provocări

Modul în care se comunică, se învață și în care oamenii socializează este diferit de modul în care toate acestea se făceau în trecut. Criteriile de competență și succes în societatea de astăzi se măsoară în funcție de amploarea adoptării noii tehnologii și eficiența cu care se găsesc soluții la problemele actuale.

Odată cu dezvoltarea tehnologiei și cu apariția generației Z, treptat clasicul sistem de învățare a început să devină rudimentar și să se simtă o necesitate a democratizării acestuia prin intermediul resurselor tehnologice care sunt mai pe înțelesul tinerilor.

Noua generație este înconjurată de tehnologie, iar sistemul educațional este prea departe de mediul online, pe când acesta ar trebui să pregătească tinerii, să îi determine să se adapteze și să utilizeze Internetul în mod inteligent, încât să nu fie afectați.

De asemenea, diverse cercetări realizate de-a lungul timpului au demonstrat că utilizarea tehnologiilor informației și comunicării în educație contribuie în mare măsură la îmbunătățirea realizărilor studenților.

Cu toate acestea, mulți profesori încă preferă metodele tradiționale de predare și sunt reticenți în utilizarea unor instrumente care să atragă tinerii.

Digitalizarea educației ar putea salva sistemul educațional de criticile aduse la adresa sa, deoarece tinerii consideră că tehnologia modernă oferă

o gamă variată de aplicații care reprezintă de fapt fundamentul construirii cunoștințelor. „Atunci când sunt utilizate cu înțelepciune, tehnologia și media pot sprijini învățarea și relațiile.” (Rad & Egerău, 2020, p. 1).

Modelul clasic de educație, bazat pe competența memorării și standardizării nu mai este considerat util de noua generație, de aceea se consideră că este nevoie de un mod de predare personalizat, bazat pe interacțiune, pe monitorizarea constantă a progresului. Un sistem în care profesorul are rolul de îndrumător și facilitator în procesul de învățare. „Trăim într-o epocă în care educația tradițională pare să se afle într-o criză de comunicare și nu reușește să convingă tinerii despre valoarea reală a educației. [...]. Este necesară digitalizarea educației, realizată prin intermediul platformelor de e-learning.” (Băcescu-Condruz, 2017, p. 374).

O nouă formă de învățare care reprezintă interes și atrage tinerii este videobloggingul, deoarece tânăra generație reacționează și este încântată atunci când primește cât mai mulți stimuli atât vizual cât și audio, iar vlogul combină imagini, audio, filme și text pentru a comunica reflecții personale, exprimarea sentimentelor, documentare și povești.

Vloggingul reprezintă tehnologia recentă care a reușit să deschidă noi căi de comunicare, la început fiind văzut ca o formă de divertisment, iar recent a început să fie considerat o tranziție către educație. „Videobloggingul oferă experiențe bogate atât profesorilor, cât și studenților care doresc să comunice prin filme, sunete și imagini, reflectă la ceea ce predau, învață și împărtășesc cu o comunitate.” (Baran, 2007, p. 15).



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

Din studiul realizat de Băcescu-Condruz (2017), reiese că tinerii percep vlogurile atât ca sursă de divertisment, fapt menționat de 63,8% din respondenți, iar 61,7% consideră vloggingul un instrument de învățare. De asemenea 74,5% din participanții la studiu au declarat că motivul pentru care consideră vlogul un instrument relevant în educație, constă în accesibilitatea sa și în faptul că își pot îmbogăți cunoștințele într-un mod pe care sursele clasice de învățare nu-l permit.

De asemenea, vloggingul în contextul educativ, vine cu o serie de beneficii printre care se regăsește satisfacerea nevoii de învățare prin livrarea unor informații pe care tinerii nu le găsesc în așa numitele surse din sistemul de învățământ clasic.

Fenomenul vlogging încurajează munca colaborativă, studenții pot forma echipe de lucru și de asemenea, ajută la îmbunătățirea competențelor media.

Nu în ultimul rând, prin vlog tinerii au posibilitatea de a combina cele două tipuri de învățare: formală și informală, iar în acest sens se poate menționa marele avantaj pe care vloggingul îl oferă și anume posibilitatea de a învăța o limbă străină într-un mod agreabil.

Totodată, videobloggingul aduce și o serie de amenințări pentru educație, deoarece poate încuraja dependența de Internet și predispune tinerii la cyberbulling. De asemenea, un dezavantaj ar putea reprezenta editarea vlogului, deoarece este necesar un training și nu toate școlile/universitățile dispun de echipamentele necesare instruirii.

O amenințare pentru educație este influența puternică a vlogurilor asupra comportamentelor tinerilor, în cazul în care creatorul nu promovează un comportament demn de urmat.

Vloggingul, un fenomen specific erei digitale, a devenit un instrument de comunicare și educație cu un potențial extraordinar. Acest ghid a explorat multiplele fațete ale vloggingului, de la impactul său asupra comportamentului tinerilor până la rolul său în dezvoltarea abilităților de comunicare și în îmbunătățirea procesului educațional.

Am văzut că vloggingul oferă tinerilor o platformă pentru exprimare, creativitate și conectare socială, dar și un instrument valoros pentru învățare și dezvoltare personală. Prin intermediul vloggingului, studenții își pot îmbunătăți abilitățile de comunicare, își pot exersa limbile străine și pot descoperi noi modalități de a învăța și de a se exprima.

În contextul educațional, vloggingul se dovedește a fi un instrument inovator care poate contribui la modernizarea sistemului de învățământ și la adaptarea acestuia la nevoile generației digitale. Cu toate acestea, este important să fim conștienți și de provocările pe care le ridică vloggingul, precum dependența de internet, cyberbullying-ul și influența negativă a unor conținuturi neadecvate.

În concluzie, vloggingul reprezintă o oportunitate remarcabilă pentru tineri de a se exprima, de a învăța și de a se conecta cu lumea, dar și o provocare pentru educatori de a integra acest instrument într-un mod responsabil și eficient în procesul educațional.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

### Bibliografie

1. Andymooseman (2008). What is a vlog? [prezentare video], document electronic, link: <https://www.youtube.com/watch?v=GzMZf-xS8Zs>, accesat la 18.02.2021.
2. Anil, B. (2016). Top-Up Students Second Language Talk Time through Vlogs. Indonesian Journal of EFL and Linguistics, 1 (2), pp. 129-143.
3. Authar, N., Muflihah, T. (2020). Students' vlog: speaking application. Journal of Physics: Conference Series, 1516. IOP Publishing.
4. Balleys, C., Duque, N., Millerand, F., Thoër, C. (2020). Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. Social Media + Society, 6 (2), pp. 1-11.
5. Baran, E. (2007). The Promises of Videoblogging in Education. The Annual Convention of the Association for Educational Communications and Technology.
6. Băcescu-Condruz, M. (2017). Blogging, Vlogging – from Entertainment to Education. International Scientific Conference eLearning and Software for Education, pp. 369-376, București.
7. Bârsan, E., Borș, O. (2020). Managementul Dezvoltării Competențelor de Comunicare la Studenți. Materialele Conferinței Republicane a Cadrelor Didactice, 5, pp. 190-196.
8. Ben-Boubaker, A. S., Pastor-Ruiz, Y., Pérez-Torres, V. (2018). YouTubers videos and the construction of adolescent identity. Comunicar: Media Education Research Journal, 26 (55), pp. 61-70.
9. Biel, J., I., Perez D., G. (2011). VlogSense: Conversational behavior and social attention in YouTube. ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications & Applications, 7 (1), pp. 1-20.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

10. Boer, S., Neal, J., Westlake, H. (coord), (2015). YouTube Vlogging. The Complete Manual. Image Publishing.
11. Cioban, S., Hatos, A. (2019). The Analysis of Teenagers' Vlogging Preferences in Educational Research. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*, 2 (11), pp. 38-58.
12. El-Garawany, M. S. M. (2017). The Effect of Vlogging on Developing Tour Guidance Students' EFL Presentation Skills and Reflective Thinking. *Journal of Research in Curriculum, Instruction and Educational Technology*, 3 (1), pp. 43-79.
13. Fedele, M. (2011). El consum adolescent de la ficció seriada televisiva. (Teză de doctorat). Universitatea Autonomă din Barcelona.
14. Luszczynska, A., Schwarzer, R. (2005). Social cognitive theory. Predicting health behaviour: Research and practice with social cognition models. Berkshire: Open University Press. pp. 127169.
15. Mbabazi, D. (2020). Vlogging: A guide to creating a successful channel. *The New Times*.
16. Rad, D., Egerau, A. (2020). Digitizare, digitalizare și transformare digitală din perspectivă sociologică, psihologică și educațională. Vulnerabilități în asistența socială. Presa Universitară Clujeană.
17. Rahmawati, A. (2018). The Use of Vlogging to Improve the Students' Speaking Skill. *Penerbitan Artikel Ilmiah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 2(1), pp. 87-95.
18. Schmittauer, A. (2017). Vlog Like a Boss. How to Kill It Online with Video Blogging. Author Academy Elite.
19. Werner, E., A. (2012). Rants, Reactions, and other Rhetorics: Genres of the YouTube Vlog. Chapel Hill: ProQuest LLC.



## Studentii și vloggingul: o perspectivă asupra dezvoltării comunicării

20. Wesch, M. (2009). YouTube and You: Experiences of Self-Awareness in the Context Collapse of the Recording Webcam. *Explorations in Media Ecology*, 8(2), pp. 19-34.
21. Westenberg, W. (2016). The influence of YouTubers on teenagers. (Disertație). Universitatea Twente.