M1. Universul media

Media este diversă și este peste tot.
Oamenii sunt înconjurați de mesaje media chiar și atunci când nu își dau seama, de la mesajele din presă la panourile stradale, la etichetele de pe produse, la jocuri, filme sau chatbots AI.

Interacționăm cu informația prin două tipuri de canale media: **tradiționale** (TV, radio, print etc.) și **online** (platforme digitale), unde putem găsi diverse tipuri de conținut create pentru diverse scopuri.



Fig. 1: Platforme digitale



Știri online, articole de blog, newslettere



Cărți electronice, manuale digitale, reviste online



Podcasturi, muzică, clipuri audio



Videouri, filme, seriale online, vloguri, live-uri, emisiuni online, tutoriale



Meme, GIF-uri, fotografii, ilustrații, benzi desenate



Conținut interactiv: jocuri video, cursuri online, chestionare, hărți



Reclame: bannere online, advertoriale, videouri și postări sponsorizate, descrieri de produse



Postări create de utilizatori pe rețele sociale, comentarii, recenzii

Fig. 2: Tipuri de conținut

CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT
Programul de Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.
ROMANIAN - AMERICAN FOUNDATION
BROD

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)

M1. Universul media

Consumăm conținut media în două moduri diferite: activ și pasiv.

Consumul activ de media = interacțiune **conștientă, atentă** cu conținutul media, luând decizii despre:

- **Ce?,**
- **Cât,** pentru **ce perioadă?**
- **De pe ce canal?**
- **De ce?**

Consumul activ de media include și producerea de conținut.

Consumul pasiv de media = interacțiunea **neintenționată, inconștientă (expunere involuntară) sau neatentă** cu conținutul media. Presupune:

- o **interacțiune superficială** cu conținutul media,
- **situații în care acordăm mai multă atenție** unei alte **activități pe care o facem în același timp** (gândurile care întrerup cititul unui roman, pregătirea cinei cu muzică pe fundal etc.),
- **că nu evaluăm întotdeauna critic informațiile și nu recunoaștem prejudecățile transmise.**

Uneori, consumul pasiv se poate transforma în consum activ. Și vice versa. Iar alteori, oamenii pot consuma atât activ, cât și pasiv mai multe conținuturi media în același timp.

Prin media, oamenii **află informații** și **își formează păreri** despre lumea din jurul lor. **Este important să conștientizăm varietatea și multitudinea mesajelor media cu care luăm contact.** Conștientizarea magnitudinii universului media și a celor două stări de consum ne ajută să menținem **controlul** asupra ideilor care ajung la noi și care ne șlefuiesc imaginea despre lume.

Resursă realizată în cadrul Programului de Educație Media demarat de CJI în parteneriat cu Romanian-American Foundation și susținut prin proiectul BROD* și prin proiectul „Digital literacy transformation for Romanian Youth", proiect finanțat de Fondation Botnar, coordonat de CJI și implementat în parteneriat cu Ashoka România, E-Civis, EDUMI, Funky Citizens și Grupul PONT.

***Proiectul BROD (Bulgarian-Romanian Observatory of Digital Media) este finanțat prin Programul Europa Digitală al Uniunii Europene, sub contractul nr. 101226153.**

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)