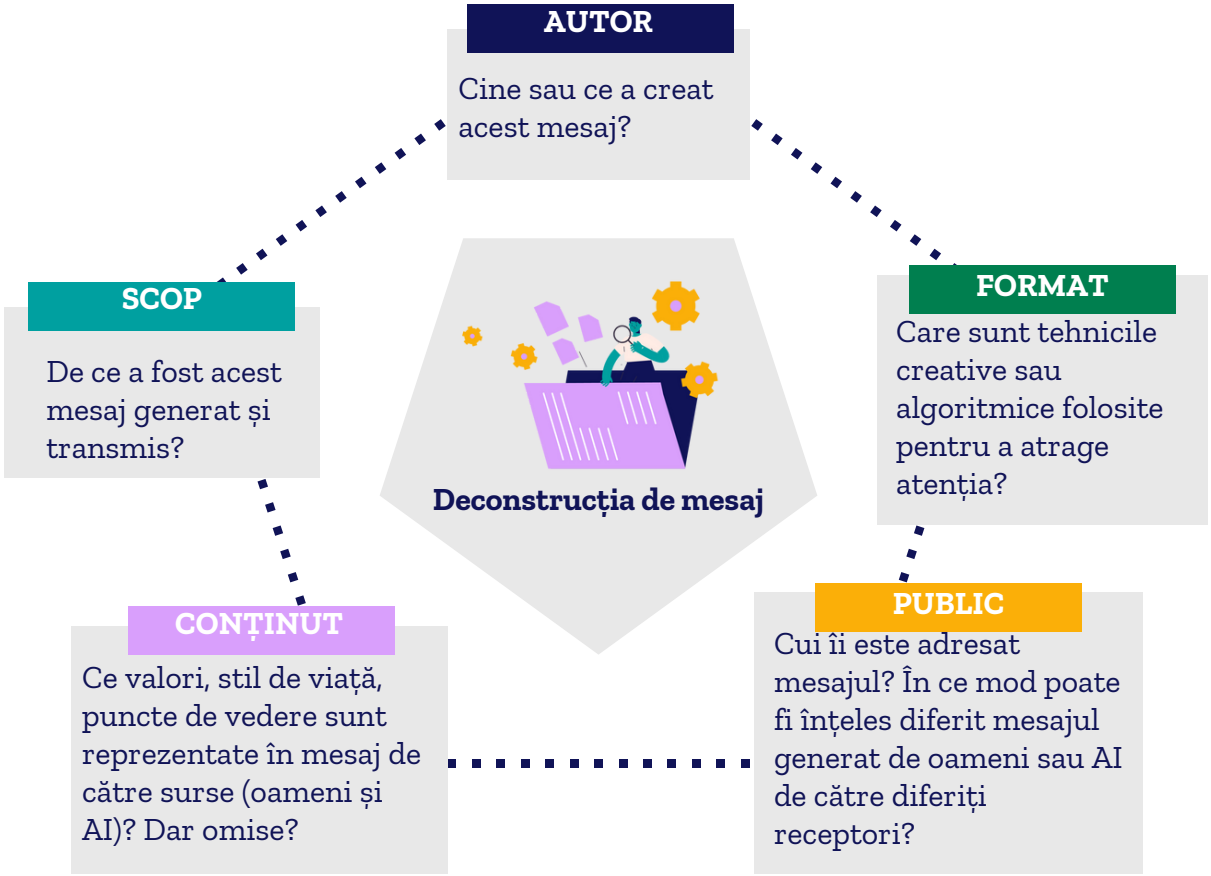
M2. Deconstrucția de mesaj

Pentru a înțelege în profunzime mesajele media, semnificațiile lor și de ce ajung ele la noi, este important să știm să le deconstruim.

Procesul deconstrucției a unui mesaj pornește de la 5 componente fundamentale: **autorul, formatul, publicul, conținutul, scopul mesajului media.** Acestea sunt dublate de 5 întrebări esențiale, care ne ajută să descoperim cum funcționează un mesaj media, abordând toate fațetele acestuia:



Autorii construiesc mesajele media intenționat; mesajele media nu apar din neant, ci sunt rezultatul unui proces conștient și repetat de editare.

Mesajele sunt construite alegând **formatele** cele mai relevante pentru un anumit public, cu limbajul și tehnicile de atragere a atenției potrivite (culori, elemente grafice, muzică etc.), pentru a crește șansele ca publicul să interacționeze și să accepte mesajul, iar apoi să ia decizii ori să se comporte în consecință.

Publicul este divers, iar specificul lui se schimbă în funcție de date demografice (vârstă, proveniență, nivel de educație etc.), preferințele de consum media (text, audio, video), stil de viață etc. Mesajele și formatele lor sunt adaptate receptorilor. **Același mesaj poate fi interpretat diferit de receptori, în funcție de valorile fiecăruia, de experiențele anterioare sau de contextul cultural etc.**

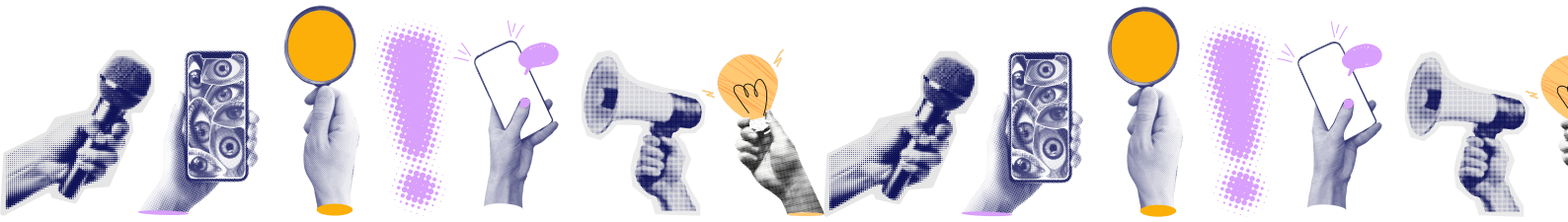
© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)

M2. Deconstrucția de mesaj

Conținutul unui mesaj media transmite puncte de vedere care reflectă ideologii, stiluri de viață și viziunea despre lume a celor care stau în spatele mesajului.

Cele mai multe mesaje media au ca **scop generarea de profit și/sau putere.**
Metodele folosite pentru construirea mesajului pot adăuga și alte straturi scopului: atragerea atenției, educarea publicului, coagularea unui sprijin public, ridiculizarea unui subiect sau a unui personaj, coagularea unei mișcări de protest etc., contribuind gradual la satisfacerea unuia dintre scopurile principale.

Cu cât oamenii se obișnuiesc să deconstruiască mesajele media în consumul lor zilnic de conținut, cu atât cele cinci elemente de analiză vor fi parte din gândirea critică aplicată zi de zi, aproape automat.



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)