M2. Fapte și opinii

Când analizăm mesajele media (postări, materiale video de pe Youtube sau TikTok, declarații ale politicienilor, știri etc.) este important **să știm să facem distincția dintre fapte și opinii, ca să putem lua decizii informate.**

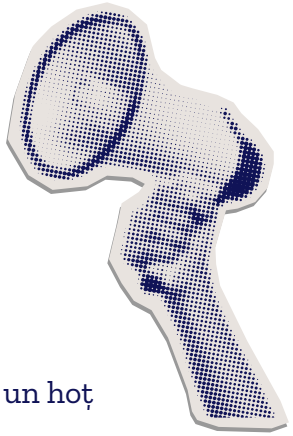


Diferența dintre fapte și opinii

Faptele:

- sunt întâmplări reale;
- sunt acțiuni sau fenomene;
- **se pot observa** și **pot fi demonstrate obiectiv.**

Ex: Afară plouă. / Bugetul ministerului a fost redus. / Domnul X a fost condamnat pentru furt.



Opiniile:

- **sunt aprecieri sau interpretări ale faptelor;**
- sunt **subiective**;
- **nu trebuie justificate sau verificate.**

Ex: Vremea e bună./ Bugetul ministerului este indecent de mic./ Domnul X este un hoț fără scrupule.

Informația care **descrie fapte corect** și cu acuratețe este **informație factuală.**

Informația care **descrie denaturat sau incorect fapte** (intenționat sau neintenționat) reprezintă **informație eronată, falsă sau falsificată.**

Există opinii care au o bază factuală, adică sunt susținute prin argumente bazate pe fapte care pot fi verificate. Prin verificarea faptelor **se poate stabili dacă acestea au fost interpretate cu bună credință sau dacă au fost scoase din context.**

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)

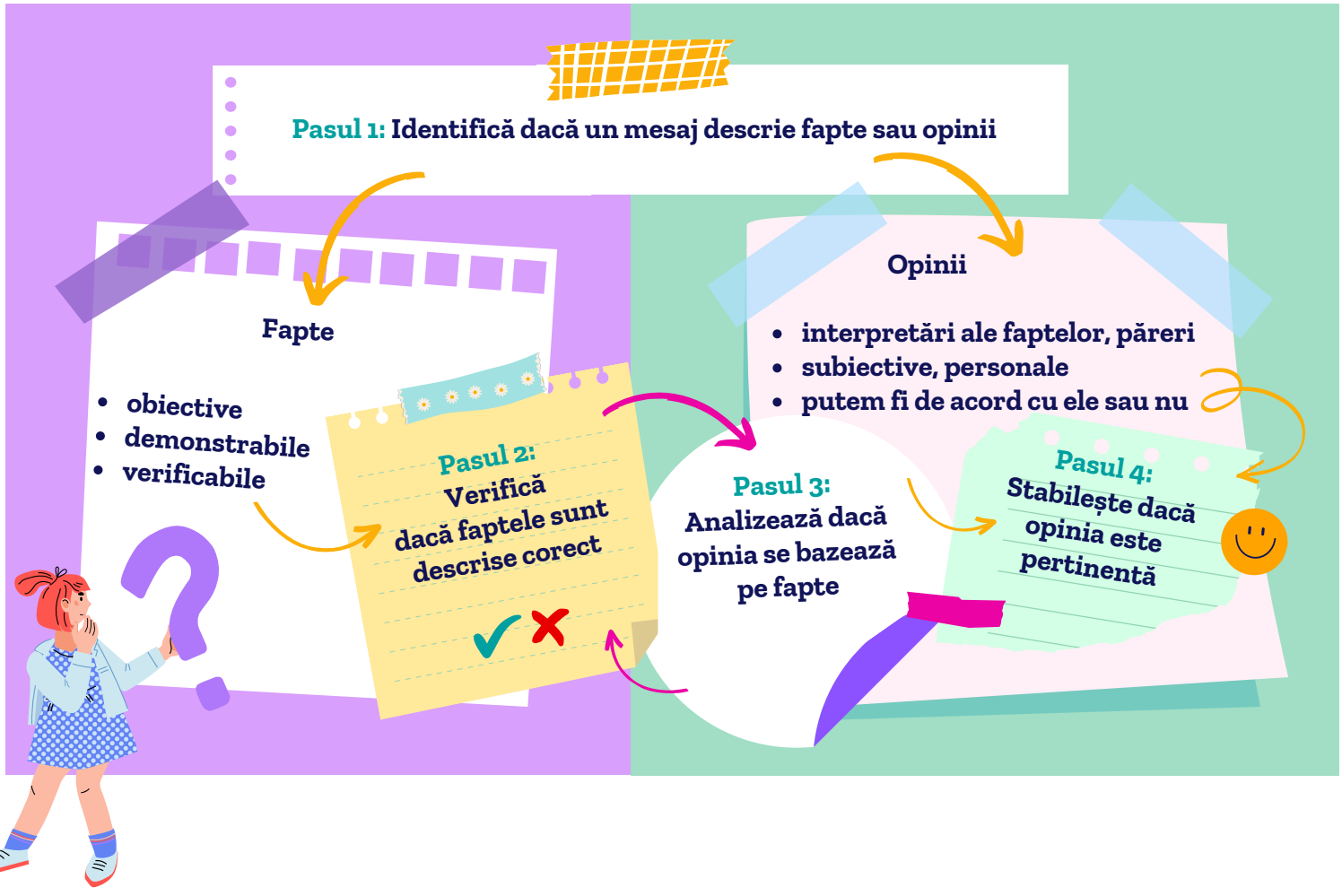
M2. Fapte și opinii

Legitimitatea opiniilor

Toate opiniile sunt **legitime** (în limitele legalității), deoarece **Constituția României garantează, la art. 30, libertatea de exprimare** și dreptul oricărei persoane la propria opinie. Acest lucru înseamnă că **orice persoană poate avea opinii, pe care le poate exprima atât timp cât respectă legea.**

Pertinența opiniilor

Opiniile pot fi mai mult sau mai puțin **pertinente. Pertinența înseamnă că persoana care transmite o opinie cunoaște domeniul despre care vorbește.** Este important ca **celebritatea să nu fie confundată cu expertiza.** Doar pentru că cineva este celebru nu înseamnă că este și expert în toate subiectele despre care își dă cu părerea.



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)