Scenariu didactic
Didactica infuzării

Adaptare pe baza scenariului didactic dezvoltat în cadrul cursului de formare „Educație media digitală pentru profesorii de gimnaziu și de liceu”, desfășurat de Centrul pentru Jurnalism Independent în Programul de Educație Media

Titlu activitate: ***Adevărul din spatele unei imagini***
Autor: Elena Boștenaru, profesoară de limba și literatura română
Editor: Maria Epatov, formatoare în cadrul Programului de Educație Media și profesoară de limba și literatura română
Durată: 50 de minute

Concepte cheie din domeniul educației media: deconstrucția de mesaj, conținut, autor, format, public, scop

Competențe specifice ale disciplinei: analiza unei imagini, text multimodal

Obiective de învățare
La finalul activității, elevi vor ști/putea să:

- să identifice elementele deconstrucției de mesaj;
- să aplice schema deconstrucției de mesaj pentru a analiza diferite mesaje media și texte multimodale;
- să recunoască, dincolo de ora de română, beneficiile deconstrucției de mesaj.

Recomandat pentru clasa a VI-a

Evocare (10 minute)

Profesorul îi provoacă pe elevi să urmărească un videoclip care îl are în centru pe fotbalistul Lionel Messi.
(Sursă: https://youtu.be/9lJhv_FcTrM)
Apoi inițiază o discuție despre cine este Messi, de ce este faimos și de ce a fost pus să facă reclamă la un card bancar. Pentru a facilita discuția, profesorul poate folosi termeni precum *influencer, reclamă, putere de convingere, număr mare de urmăritori/fani.*

Realizarea/Constituirea sensului (30 minute)

Profesorul anunță tema discuțiilor, ***Adevărul din spatele unei imagini***, și îi anunță pe elevi că vor discuta despre deconstrucția de mesaj, invitându-i să răspundă la o serie de întrebări, pornind de la două imagini cu Lionel Messi:

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026



(Sursă: Viața lui Lionel Messi, probabil cel mai bun fotbalist al planetei. De la copilăria nevoiașă, la problemele medicale și până la condamnarea la închisoare și cele două mari iubiri ale vieții sale - LIFE.ro)



(Sursă: Spot de promovare a cardurilor Star BT, cu Leo Messi! - NOCASH ® de 24 ani)

1. *Ce au în comun cele două mesaje media?* (de ex.: imaginea fotbalistului Lionel Messi)
2. *Ce este diferit în ceea ce privește imaginea lui Messi în cele două mesaje media? (primul îl arată ca jucător de fotbal, meseria sa, al doilea îl prezintă ca celebritate care promovează un produs)*
3. *Credeți că astfel de mesaje sunt create cu un scop? (informativ, persuasiv etc.)*
4. *Cine ar putea fi în spatele acestor mesaje? (1 – chiar Lionel Messi sau clubul la care joacă; 2 – banca, o instituție etc.)*
5. *De ce vă captează atenția? Care este formatul ales? Ce culori sunt folosite?*
6. *Cui se adresează cele două mesaje?*

Profesorul poate realiza o diagramă Venn sau crea un tabel (dacă există tablă inteligentă) pentru a ilustra ce au în comun și ce diferă la cele două imagini, pe baza răspunsurilor elevilor.

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026

În vederea aprofundării acestor aspecte, elevii sunt îndemnați să vizioneze videoclipul despre Andrei Tăticu, Carolina Glow și deconstrucția de mesaje: https://www.youtube.com/watch?v=6HXoL7sT3SA.

Apoi, elevii vor fi invitați să ia parte la discuții pe baza acestuia, plecând de la o altă serie de întrebări:

1. Cum vi s-a părut videoclipul?
2. Are legătură cu materialul urmărit anterior, legat de Messi?
3. Cine sunt cei doi, Andrei Tăticu' și Carolina Glow, menționați în videoclip?
4. Ce fel de mesaje transmit influencerii?
5. Ce efect au mesajele influencerilor asupra Marei și a lui David?
6. Ce este deconstrucția de mesaj?
7. Care credeți că sunt elementele deconstrucției de mesaj?

În continuare, se insistă asupra necesității deconstrucției mesajelor promovate online, pentru a înțelege mai bine cum și cu ce scop au fost create. Elevii sunt îndemnați să își ia notițe. Sunt evidențiate cele cinci elemente pe care trebuie să le aibă în vedere când analizează un mesaj online:

- autor
- format
- public
- conținut
- scop

Pentru a aprofunda conceptele introduse, elevii sunt provocați să lucreze în pereche, analizând imaginea oferită (reclama) din perspectiva celor cinci elemente menționate anterior:

Cine a creat acest mesaj?
Care sunt tehnicile folosite pentru a atrage atenția?
Cui se adresează mesajul?
Ce promovează? Există elemente omise?
De ce a fost transmis acest mesaj?

(Sursă: Celebra reclamă Coca-Cola de Crăciun, făcută cu ajutorul AI, a fost lansată. Iată videoclipul viral • Buna Ziua Iasi • BZI.ro)

În fiecare pereche, unul dintre membri va prezenta concluziile după 10 minute de analiză.

Reflecție (5 minute)

Elevii sunt provocați să răspundă la câteva întrebări:

La ce aspecte veți fi mai atenți în viitor când veți veni în contact cu un mesaj transmis în media?
Dați un exemplu de situație, când veți încerca să deconstruiți mesajul înainte de a acționa.

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026

Anexă

Fișă de lucru
Adevărul din spatele unei imagini

Analizați, în pereche, imaginea de mai jos, ținând cont de cele cinci elemente ce trebuie avute în vedere când se realizează deconstrucția unui mesaj:



1) Cine a creat acest mesaj?

2) Care sunt tehnicile folosite pentru a atrage atenția?

3) Cui se adresează mesajul?

4) Ce promovează? Există elemente omise?

5) De ce a fost transmis acest mesaj?

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026

Acest material a fost creat în cadrul Programului de Educație Media, dezvoltat de Centrul pentru Jurnalism Independent în parteneriat strategic cu Romanian-American Foundation (RAF). Materialul beneficiază de o co-finanțare de la Uniunea Europeană prin proiectul BROD (Bulgarian-Romanian Observatory of Digital Media), sub numărul de contract: 101226153. Materialul a fost realizat cu sprijinul financiar al Fondation Botnar prin proiectul „Educație media digitală pentru tinerii din România".

Materialul reflectă numai opiniile autorilor, iar RAF, Comisia Europeană și Fondation Botnar nu pot fi trase la răspundere pentru nicio utilizare care ar putea fi făcută din informațiile conținute în acesta.

Proiectul „Educație media digitală pentru tinerii din România", finanțat de Fondation Botnar, este coordonat de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și implementat în parteneriat cu Ashoka România, E-Civis, EDUMI, Funky Citizens și Grupul PONT.

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026