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: *Comunicarea și tipurile de media*
Autor: Sorina Toma, 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: media, consum activ, consum pasiv.

Concepte cheie din domeniul disciplinei: comunicare, mesaj, vorbitor, ascultător, observator/ evaluator.

Tipul activității: infuzare.

Competențe specifice ale disciplinei:

1. Participarea la interacţiuni verbale în diverse situaţii de comunicare prin receptarea şi producerea textului oral.

1.2. Prezentarea, pe baza unor repere date de profesor, a unor informații și a unor idei, exprimând opinii, emoții și sentimente prin participarea la discuții pe teme familiare, de interes sau pornind de la texte ascultate sau citite.

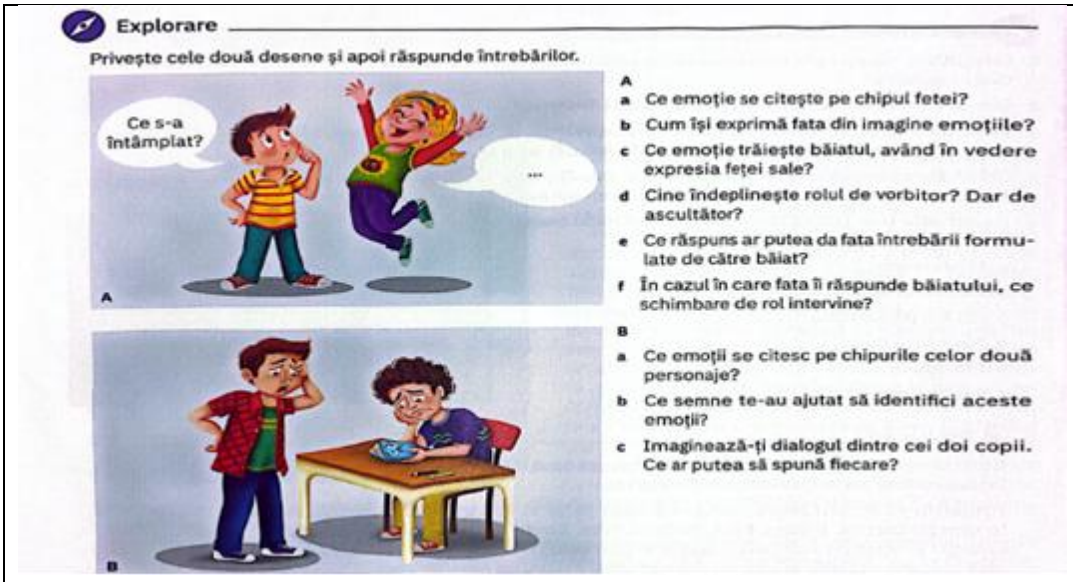
Clasa a V-a

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

- Să definească comunicarea;
- Să precizeze rolurile în comunicare: vorbitor, ascultător, observator/evaluator;
- Să identifice modurile de consum media: activ/pasiv;
- Să dezvolte o atitudine personală proactivă asupra consumului de media;
- Să creeze paragrafe despre evenimente și descrieri, urmând un plan.

Descriere (Cum?):
1. **Evocare (10 minute):**
Profesorul propune elevilor să discute despre ce înseamnă **comunicarea** pe baza sarcinilor de lucru din manual de la pagina 22 (Limba și literatura română, clasa a V-a, Florentina Sâmihăian, Sofia Dobra, Monica Halaszi, Anca Davidoiu-Roman):

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026


Explorare

Privește cele două desene și apoi răspunde întrebărilor.

Ce s-a întâmplat?

A

a Ce emoție se citește pe chipul fetei?
b Cum își exprimă fata din imagine emoțiile?
c Ce emoție trăiește băiatul, având în vedere expresia feței sale?
d Cine îndeplinește rolul de vorbitor? Dar de ascultător?
e Ce răspuns ar putea da fata întrebării formulate de către băiat?
f În cazul în care fata îi răspunde băiatului, ce schimbare de rol intervine?

B

a Ce emoții se citesc pe chipurile celor două personaje?
b Ce semne te-au ajutat să identifici aceste emoții?
c Imaginează-ți dialogul dintre cei doi copii. Ce ar putea să spună fiecare?

2. **Realizarea/ Constituirea sensului (30 minute)**

Pasul 1: Introducerea conceptelor:

Comunicarea este modalitatea prin care oamenii transmit gânduri, idei, întâmplări, stări, emoții.
Comunicarea poate fi: verbală, nonverbală, paraverbală.
Comunicarea verbală poate fi orală sau scrisă.
Participanții la o situație de comunicare pot îndeplini rolurile de vorbitor și ascultător.

Profesorul solicită elevilor să noteze pe un post-it câte un mijloc prin intermediul căruia se realizează comunicarea. Apoi acestea sunt prezentate de elevi și așezate pe flip-chart.
Pentru fiecare exemplu elevii identifică tipul de comunicare și, acolo unde este cazul, vorbitorul/ ascultătorul.

Pasul 2: Extinderea conceptelor prin asocierea cu elemente de educație media

Profesorul le cere elevilor să se gândească la viața lor din afara școlii și să aplice elementele situației de comunicare la mesajele cu care interacționează zilnic: afișe, postere, cărți, televizor, radio, Instagram, Snapchat, Facebook, alte rețele etc.

Elevii conștientizează că o situație de comunicare nu e doar o chestiune teoretică, ci ceva obișnuit în viața lor privată. Ei sunt puși să explice dacă situațiile menționate sunt forme de comunicare sau nu. Vor descoperi, ghidați de profesor, că toate interacțiunile cu media sunt forme de comunicare, activă sau pasivă, urmărind filmulețul: Hansel, Gretel și aventura lor în pădurea media:

https://www.youtube.com/watch?v=UkRyN_3cGDg&list=PLERxFGsMiLPFbM_e1RWq6CxsY2R9Pb_gZ

Aici profesorul introduce termenul de „consum media” și îi pune pe elevi să asocieze o serie de activități cu „consumul activ” și „consumul pasiv”. Profesorul poate crea un kahoot cu următoarele întrebări:
1. Postarea unei fotografii pe Instagram – consum activ
2. Un like dat la o postare/un reel pe instagram – consum activ
3. Ascultarea radioului în mașină dimineața, pe fundal, în drum spre școala – consum pasiv
4. Vizionarea unui film pe Netflix/Disney ales de tine – consum activ

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026

3. **Pasul 3 – Aplicarea cunoștințelor noi**

Profesorul le propune un joc elevilor: să dea exemplu, în două minute, de cât mai multe forme de consum activ și consum pasiv de media. Apoi discută cu elevii exemplele propuse.

Reflecție: 10 minute



Fișa de evaluare a activității: fișa FILM (pe o pagina de flipchart, de completat cu post-its de culori diferite pentru fiecare categorie)**.**

F – Fapte:
Ce ai învățat?
I – Impresii:
Ce ți-a atras atenția?
L – Lecții învățate:
Cu ce alte cunoștințe, experiențe sau situații poți face legături?
M – Mesaje:
Care este concluzia?

© Centrul pentru Jurnalism Independent, 2026

Anexă

Fișă de lucru- model
Comunicarea și consumul media (recapitulare sau temă pentru acasă)

Itemi de completare

1. Comunicarea este modalitatea prin care se transmit……..., ……, …….. .



2. Consumul de media poate fi de două tipuri: …….. și ……. .
3. Atunci când ignorăm o reclamă apărută pe TikTok și continuăm să derulăm (scroll), suntem consumatori …… ai acelui conținut.
4. Când urmărim cu atenție un videoclip sau o reclamă, consumul nostru de media devine ……...

Itemi de tip pereche

Fă perechi corecte între tipul de consum și exemplele din text:

A. Consum activ	1. Mergem pe stradă și trecem pe lângă un panou fără să îl observăm. 2. Selectăm intenționat un serial pe Netflix.
B. Consum pasiv	3. Ignorăm reclamele apărute pe TikTok. 4. Revenim pentru a revedea o reclamă pe TikTok.

© 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