DESIGNUL ACTIVITĂȚII
Didactica infuzării

Scenariu creat de: Venera Roth-Gross, Profesor de Limba Engleză, Colegiul Național „Andrei Mureșanu”, Bistrița
Titlu activitate: FUNCȚIILE ȘI ROLURILE MASS-MEDIA ÎN SOCIETATE

Concepte cheie din domeniul educației media:
gândire critică, analiza mesajelor, recunoașterea funcțiilor mass-media

Relevant pentru (a se nota domeniul din Educația media și din disciplină - dacă este cazul)**:**

Educație media:
Competența generală A
A.1.5 Să aprecieze pluralitatea și diversitatea de surse de informare și canale de comunicare, să coreleze specificul acestora cu necesitățile personale.
A.2.1 Să navigheze eficient în universul informațiilor media, utilizând instrumente specifice (înțelegere sinteze, selectarea canalelor TV, folosirea de link-uri digitale, protecție împotriva mesajelor de tip spam etc.);
Competența generală B
B1.1 Să cunoască diversitatea de canale media, modele și formele de comunicare, tipuri de limbaje (scrise, audio, video, imagini), precum și criteriile de clasificare a mijloacelor de comunicare în masă (conținut, suport, periodicitate etc.);
B.1.8 Să recunoască importanța mass-media și a furnizorilor de informație, să le înțeleagă locul și rolul în dinamica societății actuale.

Limba engleză
1.3 Identificarea de informații cheie din texte autentice
2.3 Redactarea de paragrafe / texte pe o temă de interes
3.1 Formularea de idei / păreri pe teme de interes în cadrul unei discuții / în mesaje de răspuns
4.3 Sintetizarea sub formă de schemă / notițe a conținutului unui text scris / mesaj oral

CONȚINUT TEMATIC:
DOMENIUL PUBLIC - Mass media

Clasa IX-a / a X-a

Motivația (de ce?)

Obiective de învățare:
- Recunoașterea diverselor funcții îndeplinite de mass-media
- Dezvoltarea competențelor de analiză critică a rolului / funcției pe care îl joacă orice conținut media cu care intră în contact

Rezultate așteptate:
După parcurgerea secvenței, participanții vor fi capabili:
- Să definească funcțiile mass-media
- Să analizeze critic diverse tipuri de media pentru a identifica ce funcție/rol are fiecare
- Să conștientizeze funcțiile pe care mass-media le îndeplinește în ceea ce privește propria persoană

Programul de Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.

Tema (ce?):

Funcțiile și rolurile mass-media în societate

Descriere (cum?)

Evocare – 5 min.

Porninde la desenul/caricatura din Anexa 1, elevilor li se va cere să răspundă la întrebări.
Discuție facilitată:

- Ce reprezintă desenul? Cum interpretați? Ce a vrut să sublinieze autorul? Sunteți de acord cu viziunea sa asupra mass-media?
- Ce este mass-media? Ce rol are în viața voastră? Unul important sau nu? Ați putea trăi fără mass-media? De ce (nu)? Cu ce vă ajută mass-media pe voi?

Realizarea / Constituirea sensului – 30 min.

1. Exercițiu de lucru individual – 15 min.
Citiți textul-suport din Anexa 2 în cheie SINELG (Sistemul Interactiv de Notare pentru Eficientizarea Lecturii şi Gândirii), marcând cu bifă (✓) informația cunoscută, cu plus (+) informația nouă, cu minus (–) informația care diferă de ceea ce știați și cu semnul întrebării (?) informația confuză sau despre care ați dori să vă mai documentați.

2. Exercițiu de lucru in grupe mici (3 elevi) – 15 min.

VARIANTA A: profesorul aduce la clasă și distribuie grupelor de elevi un teanc de ziare în limba engleză, cerându-le să găsească exemple de materiale media care se circumscriu tuturor funcțiilor media
VARIANTA B: elevii împărțiți în grupe primesc fișa din Anexa 3 și împreună completează coloana din dreapta (ce funcție îndeplinește media respectivă)
E nevoie de telefoane mobile / PC și acces la Internet, pentru a verifica accesând linkurile din tabel conținuturile media alese de profesor spre verificare.

Reflecție – 10 min



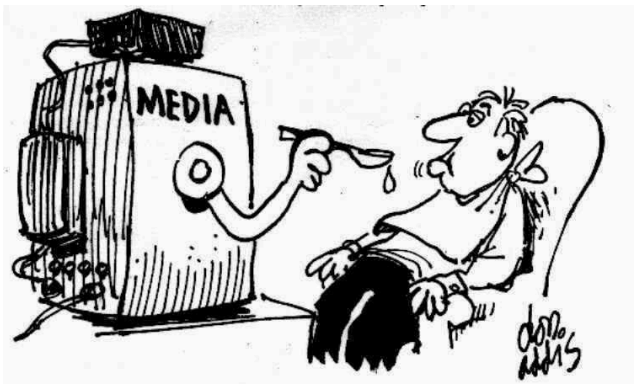
”Eseul de 5 minute”

- Elevilor li se cere să scrie în caiete un rezumat a tot ce au reținut din lecția curentă și de ce cred că e important să știe despre funcțiile mass-media. Dacă timpul permite, se vor asculta câteva ”eseuri de 5 minute”.
-

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro

ANEXE

Anexa 1



(desen de Don Addis)

Anexa 2

Mass media functions

The relationship between the media and man can be defined as an interactive one. The media "render" the events that have captured general attention, the experiences, the reactions that society has at different situations that occur in our country and throughout the globe.
It is, as Lewis Mumford said, "a wide-open window to the world, with many temptations, challenges, often called "the eye of the world ".
The media have an important role in society, materialized in the following functions:

- the information function;
- the function of public opinion formation;
- socialization function;
- advertising function;
- entertainment function;
- formative-educational function (enlightenment).

The information function

In modern society, the media is one of the most used sources of information. The existence of an independent press, meant to inform citizens fairly and equidistantly on events that take place daily in the country and in the world, is an indispensable attribute of democracy.
The media informative function assumes that journalists have to inform people on issues relevant to the community: how public money is spent by the government and local governments, what actions the state authorities take in different areas (economy, education, social assistance, health, etc.), which tariff increases are operated, what laws are adopted and what is their purpose, etc.
People need to be informed, rightly and in time, about everything related to their lives, including dangers and opportunities. Thus, they manage to ensure their overall information, understanding reality and socio-professional orientation. Through the media, people are in relation to the world,

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro

are kept up to date with events and trends in society. Information is done not only through news, but also with information-analytical articles and shows, documentaries, interviews, debate programmes.

Public opinion formation

The media become a tribune to debate the main problems of everyday life, on which people with the most different concepts express themselves. The platforms of informational-analytical and debate shows or newspaper pages that publish different opinions of professionals and simple people on current issues are ways to polemicize and make known the various aspects of a single fact. On the basis for information received as a result of such debates, people evaluate events and crystallize their own opinions. The media contribution to the formation or remodelling of public opinion, attitudes and behaviours is significant and indisputable and depends on the correctness of media actors and institutions, which sometimes manipulate, misinform.

The socialization function

Through the distributed content, the media inoculate receptors values, opinions, concepts, beliefs, attitudes, norms, rules and stereotypes, generally accepted by society. The media system explicitly assumes an increasing role in socializing individuals. Children, adolescents, for example, assimilate or gradually strengthen rules of behaviour, prescriptions, prohibitions, restrictions, symbolic representations, in other words, society conventions.

The media make them aware of the problems faced by the communities they are part of, develop their socio-moral beliefs or help them to adopt convenient and desirable social behaviour standards. Each individual can know and understand the way of life and the concepts of others, the great problems faced by society, its expectations and aspirations. In this way, the media also proclaims itself a genuine social binder as social network creator.

Advertising function

Through this function, the media inform us of the opportunities for buying different products or services and try to convince us of their benefits. Thus, advertising / commercials inform us, but also influence our behaviour and choice, values. For broadcasting advertising, companies pay the editors, and these amounts are a serious financial support for journalists. If they did not earn money from advertising, many editors could not survive.

Entertainment function

This media function has recently become more and more important because people frequently find their fun, recreation, relaxation, first, in front of the small screen. Not few are those who listen to the radio or TV while performing other activities, motivating that they provide them with a certain ambient comfort. The media does not offer only the occasion of delight and relaxation but also creates a compensatory ambience that allows the psychological balance to be restored.

Television and the Internet, the cheapest, comfortable, accessible and various entertainment means, create a world in which the viewer can escape, temporarily escaping frustrations failures and in real life. It ensures, therefore, through entertainment products (musical, sports, TV or online games, competitions, series, etc.) compensatory satisfactions, which contribute to the release of repressions and the restoration of the individual's security and balance.

Educational-formative function (enlightenment)

The media occupy, alongside school and other institutions involved, an important place in the system of educational factors, adding new dimensions to the general training and development efforts of human personality. The educational element is involved in informing, enlightening or socializing the individual. The educational function is, in fact, embedded, included in all other functions. Explicitly, it is mainly done by:

• Actions to popularize science (Teleenciclopedia, Animal Planet, Discovery, National Geographic);
• Remote education programs, whereby learners are prepared for exams, language learning cycles.

At the same time, the media transmit cultural values and models for the general public. By promoting different behavioural models, the media offer a set of social roles and a symbolic vocabulary. Of course, those models are not uniformly received: a character as Rambo may be an example of negative behaviour for a particular category and a subject of imitation for another

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro

category. The public has the opportunity to choose or reject, modify, or negotiate, debate and re-establish the roles, models and common values. Through this action, the media appears as an equally conservative and innovative, stabilizing and dynamizing, keeper of traditions and generator of new values.

(text tradus din ***Educaţie pentru media: (clasele a 7-a – a 8-a): Manual*** / Loretta Handrabura, Natalia Grîu; Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) – Chişinău, pag. 38-41)

Anexa 3

No.	Media	Where to find it	Function
1	Article in the BBC **Travel** section ”The British town with a third ‘nationality’”-	https://www.bbc.com/travel/article/20200927-the-british-town-with-a-third-nationality	
2	”the Psychology of Attractiveness Podcast”	http://psychologyofattractivenesspodcast.blogspot.com/	
3	A local online newspaper article – ”Refugee families set to be offered new life in Stratford by end of year”	https://www.stratfordobserver.co.uk/news/refugee-families-set-offered-new-life-stratford-end-year/	
4	Youtube channel	https://www.youtube.com/watch?v=BU3bTBWnvT4&ab_channel=HowToCookThat	
5	TV talk show ”Sunday Morning” (BBC1)/”În fața ta” (Digi24)	https://www.bbc.co.uk/programmes/m0013ckk/episodes/player https://www.digi24.ro/emisiuni/in-fata-ta	
6	TikTok channel	https://vm.tiktok.com/ZMLRT4Esm/	
7	Whatsapp group	- With family members - With classmates	
8	Ad on Facebook	https://www.facebook.com/advert.ge/videos/469825714579429	
9	Instagram cooking account	https://instagram.com/zoebakes?utm_medium=copy_link	
10	TV show – ”The Voice UK” / ”Vocea României”	https://www.bbc.co.uk/programmes/b01nnfdd	
11	TV show ”Who Wants to Be a Millionaire?”/ ”Câștigă România”	http://tvr2.tvr.ro/emisiuni/castiga-romania-_20508.html	
12	Radio channel ”Radio România Actualități” – weekly programme „Euroatlantica”	https://podcast.srr.ro/RRA/euroatlantica/-s_1-sh_521	

13	TV channel Shop On TV / Top Shop TV		
14	Facebook Group ”Gardening Friends”	https://www.facebook.com/groups/1789583961316463/	
15	Facebook group ”TwS: English Teachers Collaboration Group”	https://www.facebook.com/groups/528049364816671/	

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro