Titlu activitate: Media is All Around

Autor: Cristina Mocanu

Durata activității: 50 minute

Concepte relevante din educație media: tipuri de media, consum activ/pasiv

Competențe ale disciplinei: Receptarea de mesaje scrise în situații de comunicare uzuală

Recomandat pentru clasa/clasele: a VI-a/a VII-a

Obiective de învățare:

La finalul activității, elevii vor putea să:

- Identifice tipurile de media în limba engleză
- Clasifice tipuri de conținut media în limba engleză
- Diferențieze între situații care presupun consum activ și/sau pasiv de media.

Pregătire (pentru profesor):

- Citește Reperele teoretice (anexate mai jos), pentru a avea o privire de ansamblu asupra conceptelor pe care le vei discuta cu elevii.

- Printează fișa de lucru pusă la dispoziție în **Anexa 1**. Elevii vor lucra în perechi, astfel încât este necesar să te asiguri că fiecare pereche primește câte 1 exemplar al fișei.

- Printează fișa de lucru pusă la dispoziție în **Anexa 2**. Elevii vor lucra această fișă individual, astfel încât este necesar să te asiguri că fiecare elev primește câte 1 exemplar al fișei.

- Accesează, anterior desfășurării orei, activitatea interactivă disponibilă aici: https://wordwall.net/resource/104537339/englez%C4%83/media-content și selectează un format (group sort, quiz, spin the wheel, etc.) pe care să îl aplici în cadrul orei.

Resurse necesare pentru implementarea activității: proiector, acces la internet, fișe de lucru

Etapa 1:

Warm-up
Durată: 5 min
Profesorul întreabă elevii despre evenimente curente și despre canalele folosite pentru informare. (e.g. *What is the most recent trend on social media?/What is the latest piece of news you have heard about on the radio/TV?)*

Lead in:
Durată: 5 min

Profesorul anunță tema lecției – *Types of media* și discută cu elevii despre termenul *media (pl)* (forma de singurar – *medium*, originea cuvântului, traducere).

Profesorul și elevii explorează situații în care au întâlnit termenul, care sunt cele mai frecvent folosite *collocations* (*social media, online media, etc.*).

Etapa 2:
Reading, Presentation and Controlled Practice
Durată: 30 min

Profesorul anunță elevii că prima activitate se va desfășura în echipe, asigurând-se că fiecare elev are un partener de lucru. Fiecare echipa va primi spre lectură două texte (Anexa 1).

Reading
Elevii vor citi mai întâi prima parte a textului – *Part 1* și vor efectua, cu susținerea profesorului, sarcinile de lucru indicate mai jos:

1. Identificarea elementelor de vocabular necunoscute și înțelegerea lor;
2. Înțelegerea contextului global al textului (*reading for gist*);
3. Înțelegerea conceptelor discutate de personajele din text (e.g. *broadcast media, online media, channel, content).*

Presentation

Profesorul clarifică termenii, diferențiind între media tradiționale și cele online/digitale.

Profesorul clarifică, de asemenea, diferența dintre *canalul* (*channel*) care transmite mesajul și *conținut (media content)*.

Controlled Practice – Activitate online interactivă – Media Content
https://wordwall.net/resource/104537339/englez%C4%83/media-content .

În funcție de optiunea de joc aleasă, elevii vor asocia tipurile de media discutate, cu conținutul transmis (*Traditional Media, Online Media, Both)*.

Pentru acele tipuri de conținut media care se regăsesc în ambele tipuri de media (*Both*), profesorul discută cu elevii despre schimbările pe care le-au suferit de-a lungul timpului *(e.g. What is the difference between news shown on TV and news online, Crossword puzzles in a traditional newspaper and Online/Interactive games, Music on the radio/Music on Spotify, etc.)*.

Reading
Elevii vor citi partea a doua a textului – *Part 2* și vor efectua, cu susținerea profesorului, sarcinile de lucru indicate mai jos:

1. Identificarea elementelor de vocabular necunoscute și înțelegerea lor;
2. Înțelegerea conceptelor discutate de personajele din text (*active vs. passive media consumption).*

Presentation

Profesorul clarifică termenii, diferențiind între consumul activ și cel pasiv de media.

Pentru situațiile prezentate în text, profesorul explică diferența dintre consumul activ de media (*watching cartoons)* și consumul pasiv (*passing by the poster on the hallway)* și discută felul în care personajele sunt influențate/care este reacția personajelor în respectivele situații.

Controlled Practice
Profesorul distribuie elevilor fișa de lucru (Anexa 2) care cuprinde o serie de situații care evidențiază consumul de media. Pentru fiecare dintre situații, elevii sunt invitați să decidă dacă este vorba despre un consum activ sau unul pasiv de media.

Cheie de răspuns:

Situation	**Active or Passive?**
Luca looking at the poster on the hallway.	**active**
Luca watching a cartoon on TV.	**active**
Emma writing in her diary while the TV is on.	**both; writing – active, hearing what is on TV - passive**
Luca listening to a song while making breakfast.	**passive**
Emma passing by a billboard on the street.	**passive**
Emma playing a video game.	**active**
Luca reading a book.	**active**
Emma cleaning the house, while the radio is playing music.	**passive**
Luca mindlessly scrolling social media.	**passive**
Emma writing a message to her mother.	**active**

Etapa 3: Reflecție
Durată: 10 min

Discussion
Profesorul discută cu elevii temele abordate pe parcursul activităților anterioare, clarificând conceptele și analizând aplicabilitatea lor în viața elevilor (e.g. *Has anything similar happened to you?/ What type of media do you most often use?/ What types of media content are you most interested in? Why?).*

Repere teoretice (pentru profesor):

Suggested vocabulary list:

- Medium (singular noun) – a way or tool used to communicate information or ideas, channel
- Media (plural noun) – all the different ways information is shared with the public, such as TV, internet, or newspapers, mass communication
- Newspaper (noun) – printed or online pages that give news, stories, and information, newsprint
- Broadcast (noun/verb) – a program sent out on TV or radio; or the act of sending it, transmission
- Blog (noun) – a website where someone regularly writes posts or shares ideas, online journal
- Advertisement / Ad (noun) – a message that tries to make people buy something or believe something, commercial (outdoor, print, TV, online)
- Billboard (noun) – a large outdoor sign used to show ads to many people, poster board
- Commercial (noun) – a short advertisement on TV, radio, or online
- Comic (noun) – a story told with pictures and short text, often funny
- Vlog (noun) – a video blog where someone shares their life, ideas, or stories, video journal
- Podcast (noun) – an audio-video program you can listen to/watch online, often in episodes, audio-video show
- Character (noun) – a person, animal, or figure in a story, movie, or comic
- Hallway (noun) – a long passage inside a building that connects rooms, corridor
- Giggle (verb/noun) – to laugh in a light, quiet, sometimes silly way; or the laugh itself, chuckle
- Active (adjective) – doing things, moving, or participating; full of energy, energetic
- Passive (adjective) – not taking action; letting things happen instead of doing something actively, inactive
- Media Consumption (noun) – the act of reading, watching, or listening to different types of media
- Mindless scrolling – the act of scrolling on social media without paying attention to the content, an activity done to pass time, without a specific purpose.

Universul media, consumul activ/pasiv

Tipuri de media

Suntem înconjurați de media la tot pasul. Primul lucru pe care unii oameni îl fac dimineața este să deschidă **televizorul**, **radioul** sau să pună mâna pe **telefon**, **laptop** sau pe **tabletă** și să se uite pe **rețelele sociale și website-uri** pentru a vedea ce a mai apărut nou. Toate acestea înainte de prima cafea, pe care o beau citind poate involuntar informații de pe **cutia cu lapte**. În drumul spre școală sunt expuși, fără să își dea seama, de cele mai multe ori, la **mesajele de pe panourile**

stradale din apropierea stației de autobuz. În timp ce călătoresc, unii oameni ascultă **podcasturi** sau urmăresc **vloguri**, citesc **știri online** sau cel mai recent **roman** recomandat de un influencer de carte. La școală, elevii răsfoiesc **manualul** și pot avea **activități educaționale online**. Acasă, aceștia își scriu **temele** și caută **online informații** de care au nevoie, uneori folosind un **chatbot AI**. Seara intră pe **jocuri online** sau se uită la un **film pe o platformă de streaming**. Oamenii interacționează cu conținut media, în special cu cel online, aproape în fiecare moment al zilei.

Definiție: *Media* este pluralul latinescului *medium, c*are înseamnă *„intermediar”,* deci un **canal prin care se transmit informații**, iar mass-media reprezintă **totalitatea canalelor de comunicare în masă** (către grupuri foarte mari de oameni).

Substantivul mass-media a pătruns în limba română din limba engleză și desemnează „ansamblul mijloacelor şi modalităților tehnice moderne de informare şi influențare a opiniei publice, cuprinzând radioul, televiziunea, presa, internetul etc.; mijloace de comunicare în masă” (DEX, 2016).

Canalele media prin care oamenii interacționează cu informația se împart în două tipuri: tradiționale (TV, radio, presă, cărți, panouri stradale etc.) și media online (platforme de streaming - Netflix, comerciale - Emag, rețele sociale - Facebook, alte website-uri ale instituțiilor sau de știri, aplicații etc.).

Platformele digitale sunt **principalele canale de informare și comunicare online**, oferă acces instant la o varietate de tipuri de conținut media și fac mai ușoară comunicarea în timp real.



Tipurile de conținut media cu care ne întâlnim cel mai des **online:**



VIZIONAȚI: Hansel, Gretel și aventura lor în pădurea media

Media este diversă și este peste tot. Oamenii sunt înconjurați de mesaje media, chiar și atunci când nu își dau seama. Prin media, oamenii află informații, își formează păreri despre lumea din jurul lor și își construiesc credințe.

Exemplu: Cei mai mulți oameni își formează părerea despre America prin filmele, reclamele, muzica pe care le consumă. „Știu" cum este America, fără să fi pus vreodată piciorul acolo. Similar, judecă diverse persoane raportându-se la modul în care acestea sunt prezentate, deseori stereotipic, în seriale, filme, la știri sau pe rețelele sociale.

Consumul activ/pasiv de media

Oamenii consumă media în două moduri diferite - **activ** și **pasiv.**

Consumul activ de media are loc atunci când o persoană **interacționează intenționat, conștient, cu atenție,** cu conținutul media. Cu alte cuvinte, atunci când decide **ce** conținut media, **cât**, pentru **ce perioadă, de pe ce canal și de ce** consumă, totodată **înregistrând, procesând și uneori**

analizând informațiile receptate. Consumul activ de media cuprinde inclusiv **producerea de conținut și interacțiunea cu conținuturi media** (click-uri, reacții prin emoji, like, distribuiri, blocarea conținutului, acordarea unui scor etc.).

Exemple de consum activ de media:

- selectarea intenționată a unui canal urmărit la televizor;
- accesarea și explorarea videourilor pe o anume temă pe Youtube;
- citirea unui articol de știri online;
- vizionarea unui live pe rețelele sociale;
- participarea la discuții online: pe forumuri, în secțiunea de comentarii sau discuții pe rețelele sociale;
- generarea de conținut cu ajutorul inteligenței artificiale (texte, imagini, videouri, audio etc.)
- scrierea de postări de blog, articole sau actualizări pe rețele sociale;
- vizionarea de documentare sau videoclipuri, online sau la televizor;
- căutarea unor informații cu ajutorul sistemelor de inteligență artificială;
- jocul online sau utilizarea de aplicații interactive;
- ascultarea unui podcast;
- citirea unei cărți, în format print sau digital.

Consumul pasiv de media are loc atunci când o persoană interacționează **neintenționat, inconștient sau neatent** cu conținutul media**.** Sunt acele momente în care recitește de mai multe ori aceeași pagină a unui roman, pentru că îi fuge gândul către altceva și nu reușește să rețină nimic. Sau momentele în care dă scroll pe rețelele sociale fără să își poată aminti ce a vizualizat acum trei postări. Ori momentele în care gătește cina, iar din camera alăturată poate auzi știrile, dar nu le ascultă cu atenție. Consumul pasiv de media presupune o **interacțiune superficială** cu conținutul media, când **oamenii acordă mai multă atenție** unei alte **activități pe care o fac în același timp** (gândurile care întrerup cititul romanului, pregătirea cinei etc.).

Exemple de consum pasiv de media:

- expunerea involuntară la un panou publicitar stradal;
- ascultarea muzicii ca zgomot de fundal, în timpul altei activități (curățenie, gătit, sport etc.);
- vizionarea videoclipurilor pe redare automată;
- consumul inconștient de reclame, prin produse plasate într-un video, publicitate pop-up etc.;
- ascultarea știrilor în fundal, în timpul altor activități;
- *mindless scrollingul* (obiceiul de a derula fără scop, „fără minte”, postările pe rețelele sociale, deseori ca formă de a evita plictiseala sau stresul).

Deși **pare că nu reții nimic** în urma acestei interacțiuni, mesajele, imaginile sau ideile pe care oamenii le extrag în mod pasiv din conținutul media întâlnit **pot fi stocate inconștient în mințile lor** și pot **influența** ce gândesc, ce simt, cum se raportează la alții și cum iau decizii.

Exemplu: Deși deseori nu băgăm în seamă reclamele care întrerup vizionarea unui video pe YouTube, tot putem reține informații din acele reclame, fără să ne dăm seama. Informațiile

respective pot influența deciziile de cumpărare uneori, pentru că produsul promovat ni se va părea familiar atunci când îl întâlnim în magazin.

Uneori, consumul pasiv se poate transforma în consum activ. Și vice-versa. Iar alteori, oamenii pot consuma atât activ, cât și pasiv mai multe conținuturi media în același timp.

Exemple:

- Valentin ascultă un vlog în fundal, în timp ce trebăluiește în bucătărie. Nu este atent la conținutul media (consum pasiv). Pe la jumătatea vlogului, cât așteaptă să se facă mâncarea, el revine asupra videoului și vizionează cu atenție ce povestește influencerul despre călătoria sa în Australia (consum activ). Astfel, Valentin consumă **același conținut media în ambele moduri, în momente diferite** pe durata consumului.

- Nora intră pe o rețea socială pentru a se relaxa. În flux apar reclame pe care le vede pentru câteva secunde, însă nu le bagă în seamă și dă scroll mai departe (consum pasiv, a fost expusă involuntar la reclame). Dacă însă ea alege să revină la una dintre reclame să o vizioneze cu atenție, consumul reclamei devine unul **activ**.

- Tudor dă scroll pe rețelele sociale cu atenție la postările care apar, dă like, lasă comentarii etc. (consum activ). Pe fundal rulează un documentar despre pisici de mare pe care l-a pornit mai devreme, dar pe care nu îl ascultă cu atenție (consum pasiv). Astfel, Tudor consumă **două conținuturi media în paralel, pe unul activ** (postări)**, pe celălalt pasiv** (documentar)**.**

De ce este importantă conștientizarea consumului pasiv?

Consumul pasiv de media face ca oamenii **să nu evalueze întotdeauna critic informațiile** care ajung la ei, să **nu recunoască părtinirile și prejudecățile transmise prin mesaje media și să ia decizii fără să fie suficient informați.** În contextul rețelelor sociale, care permit **țintirea unor profiluri de utilizatori foarte bine definite**, acest lucru devine o problemă pentru indivizii care pot astfel să fie expuși unor conținuturi nepotrivite sau dăunătoare și poate duce la acceptarea dezinformării, stereotipurilor sau mesajelor persuasive fără a înțelege impactul acestora. În plus, consumul pasiv poate avea efecte negative asupra bunăstării tinerilor (acceptarea de sine, imaginea de sine, încrederea în sine etc.) care vor începe să se raporteze la modele, reprezentări și norme sociale definite de conținutul pe l-au înregistrat pasiv, fără o analiză critic-reflexivă în spate.

Anexa 1

PART 1

One sunny afternoon, Luca and Emma were sitting on a bench after school. They had just finished a lesson about types of media.
“My dad still reads articles in the newspaper every morning,” said Luca. “It’s full of tiny letters and no videos!”
Emma laughed. “My mom listens to music on the radio while cooking. She says it helps her relax.”
Luca nodded. “My parents also watch the news on TV. That’s broadcast media, right?”
“Yes,” said Emma. “But we mostly use online media. I watch videos and read blogs on my tablet.”
“I play games and chat with friends,” added Luca. “Sometimes I see ads or news on Instagram too.”
Emma thought for a moment. “So our parents use print and broadcast media more, and we use digital and interactive media. They mostly use traditional media, while we use online media more.
“But my mother also buys things online.” said Luca.
“That’s also using online media. Just like any other app we use. This means all of us use all types of media”
“Exactly!” said Luca. “So when we watch TV we’re just like our parents, and when they use the Internet, they are just like us.”
Emma. “It seems that media is everywhere and we all use it, everyday!”

PART 2

One rainy afternoon, Emma and Luca sat in the living room. The TV was on, showing a cartoon. Luca watched quietly, laughing at the silly characters.
“This is fun,” he said.
Emma nodded, but she had a notebook in her lap. “I’m writing in my diary,” she said.
Emma smiled. “I’m not really watching that cartoon, you know. It’s just in the background”
Later, they went to school and saw a poster in the hallway. It showed a superhero eating vegetables.
Luca giggled. “That’s weird. I saw this so many times here, but I never thought about it!”
Emma pointed: “You were passive. We are all consuming media, just like when you were watching that cartoon at your house. There are media messages everywhere. If you are actively consuming media, you look at them on purpose and try to understand!”
Luca looked again. “So passing by this poster, but not really looking at it is passive, but thinking about it is active?”
“Exactly!” said Emma. “When you were watching TV earlier, you were active. But I was not paying attention, so I was passive.”
From that day on, Luca started asking himself, “Am I actively or passively consuming media?” even when watching cartoons.

Anexa 2

Active or Passive Media Consumption?

Think about the follwing situations. Write A (Active) or P (Passive) next to each statement, according to the type of media consumption you identify.

Situation	**Active or Passive?**
Luca looking at the poster on the hallway.	
Luca watching a cartoon on TV.	
Emma writing in her diary while the TV is on.	
Luca listening to a song while making breakfast.	
Emma passing by a billboard on the street.	
Emma playing a video game.	
Luca reading a book.	
Emma cleaning the house, while the radio is playing music.	
Luca mindlessly scrolling social media.	
Emma writing a message to her mother.	